



Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115506719>

547
60
- 517

226



Lacking issues

The World Through Egyptian Eyes

Notes on the journey of Prince Farouk
President of the U.S.S.R.
March 1947

March 10, 1947

The Egyptian Press
Cairo

CAI
BC
- 577

Government
Publications

226



The World Through Canadian Eyes

Notes for an address by Pierre Juneau
President of the CBC
(Check against delivery)

March 30, 1987

The Canadian Club
Toronto



Mr. Chairman, in your invitation to speak to the Canadian Club in Toronto, you have left me free to choose the subject of my speech.

You will be relieved to know that I am not going to talk about the CBC budget. Our problems in that area are indeed very real and are not easily resolved. But even if that is the case, it is also important to keep on looking for ways to address some of the substantive issues of Canadian broadcasting, issues of program content, that we must deal with if not now, at some point in the near future.

Today, therefore, I want to pursue a particular dimension of a subject I have spoken about at some length in both Canada and the United States over the years, the relationship between culture and Canadian sovereignty.

For years, we in the CBC and many others have drawn the attention of opinion leaders and politicians to the dismal lack of Canadian fiction and entertainment in Canadian broadcasting, and in Canadian movie houses. We have pointed out that it is cultural suicide to permit a situation whereby with cable and satellite, at least 95% of our English television drama comes from across the border. We have stated as one of our main goals to remedy this situation and to increase considerably the stories, the drama about Canadians on the CBC. While it is, very sadly, a goal that cannot be achieved satisfactorily in our present financial situation, it must remain a determined objective.

I would like to focus this afternoon on the information sector, and to suggest to you some initiatives which we believe could contribute materially both to the knowledge of Canadians about the world we live in and to our ability to make our particular point of view known to the world at large.

Whether we eventually have free trade, or freer trade, with the United States or any other nation, one thing remains certain: we will trade. Or else!

The United States and Canada are each other's largest trading partners. A resource based economy is dependent on export markets, and as to industrial production, it cannot be absorbed by the domestic market.

It is also worth noting that while about 70% of our external trade is with the United States, 30% is with the rest of the world, and it is this portion which is growing.

Our defence interests are part of a complex system of inter-dependence.

Acid rain and the protection of our lakes and forests is a deep preoccupation that we share with the rest of this continent.

Our understanding of the political and economic situation of the Third World has become crucial both for us and for the Third World countries.

If Canadians expect to be able to play a meaningful role in world affairs they need to be informed. They need a perspective on the major events and the conflicts, the alliances which shape the future of the international

community. They need their own perspective, not someone else's. Yes, a perspective fed by many sources. But among those, Canadian sources are indispensable. They are definitely insufficient at the moment.

Canadians are avid consumers of information.

Information programs represent close to 40% of the programming broadcast by the CBC English TV network during prime time and 30% on French television; 61% of English AM radio and 49% of French AM radio. CBC English TV carries more news and public affairs in prime time than any other television network in a western nation, including the American networks, the French, even the BBC.

Daily journalism is one area where up to this point at least, Canadian media have managed to retain the attention of their compatriots. Canadian newspapers and newsmagazines and the information programs on Canadian radio and television are dominant in this field. The New York Times may be influential in some circles but the number of copies sold in Canada of its popular Sunday edition is a drop in the bucket compared with The Globe and Mail's average daily circulation of 317,000 or

the Star's more than half a million. THE NATIONAL on the CBC outdraws CBS network news by a margin of close to ten to one and has a bigger audience than MIAMI VICE and MAGNUM P.I. Of all the news programs available in prime time on all English language television stations in this country, in 1985, both Canadian and foreign, 46% were of Canadian origin. But that 46% attracted 83% of the time actually spent viewing news programs.

The Globe and Mail has become a national institution. The Southam chain has developed an excellent news service. We have a national news agency, Canadian Press, which operates in both languages, serving both the print media and broadcasting. We have a private English television network, CTV, which schedules a national information program in the morning and in the evening.

But the pre-eminent national medium of daily journalism in English and in French in Canada has to be the CBC. Not just the flagship programs such as THE NATIONAL, THE JOURNAL, LE TÉLÉJOURNAL and LE POINT, but MIDDAY, the supper hour information programs seen in every major city; SUNDAY MORNING and the WORLD REPORTS on the radio networks in both morning and evening or PRÉSENT on the French radio network. There are some 2,000 local and

regional radio newscasts in English and French delivered every week; 117 hours of other information programs on television and 960 hours on radio every week.

Many surveys demonstrate that Canadians have come increasingly to rely on television as their primary source of information. An Environics Media study released in December 1986 indicates that television is the single most important source of international and national news for nearly 70% of respondents, substantially higher than a comparable 1969 study. I do not say this to downgrade the importance of newspapers or radio. It certainly does not for me personally since I read two or three English and two French newspapers a day and listen to the major radio newscasts. It's simply a fact that television has become one of the most pervasive influences in the lives of most of us.

For some decision makers who have to face difficult issues, television and radio may sometimes seem a matter of secondary importance. But all these programs I have mentioned deal with very basic issues of our lives and with the ability of Canadians to understand them and to make up their minds about them. It is no exaggeration to say that they are, sometimes literally, life and death issues: disarmament, nuclear war, crime and punishment, death penalty, deadly illnesses like AIDS or

cancer, etc., not to mention issues with pretty direct impacts on our lives like unemployment, free trade, regional development or cultural expression.

"If the country is to be governed with the consent of the governed," said Walter Lippmann, "then the governed must arrive at opinions about what their governors want them to consent to."

Many of these important issues, certainly the major domestic ones, are well covered and debated through the various Canadian media.

But we live in a wider and more interdependent world. A smaller and smaller world.

Magda McHale, Director of the Center For Integrative Studies at the State University of New York, puts it this way: "The most sudden and significant aspect of the 20th century transition has been the rapid evolution from a plurality of remote and relatively autonomous national societies to a complex and interdependent world community."

If you look at most of our newspapers and examine radio and television information attentively you will notice that despite the fact that Canadian viewers and readers

have shown a growing interest in international information, we have not achieved a sufficient capacity to look at the world outside of Canada with our own eyes. A good proportion of international information in almost all newspapers and broadcast stations comes from foreign news agencies.

In relative terms the print media are doing better than their electronic counterparts in this matter. The Globe and Mail now has 7 foreign bureaus, The Toronto Star 5, Southam News 7, Canadian Press 4. There have been recent initiatives by the Globe in Tokyo, the Star in Johannesburg and Southam's and the Star in Moscow.

The CBC, the institution which devotes the most resources to foreign news of any electronic journalism organization in this country, is able to afford only 5 foreign bureaus - in London, Paris, Washington, Beijing and Moscow. Part of the problem is money. Foreign bureaus are very expensive to maintain, particularly for television organizations. Bear in mind that the annual budget of CBS news is about 15 times that of CBC English television news.

Our foreign correspondents of course cover a much larger territory than the city where our bureau is located. Tom Kennedy, for instance, although stationed in

Beijing, has also recently covered Pakistan, the Phillipines and Hong Kong; Raymond St-Pierre in London has reported from the Soviet Union, India, Angola and Nicaragua. Joe Schlesinger, who is stationed in Washington, has been seen recently in Japan, Korea, Mexico and Spain in addition to the U.S.A. They also often work in two languages and for both radio and television.

No wonder we value them so highly.

But there isn't one Canadian television correspondent permanently based in the Middle East; not one in the whole of Africa; not one in Japan, our second largest trading partner. Two Canadian correspondents - one CTV, one CBC who works for English and French radio and television, cover all of Asia, the Pacific Rim, Australia and the Indian sub-continent. There is not a single Canadian television correspondent in Central or South America.

To cover all of the United States, the most powerful nation on earth and the arbiter of Canada's destiny, there are two English television correspondents and one French.

For contrast, look at the Australian Broadcasting Corporation which has 25 foreign correspondents, 7 bureaux in Asia plus 2 in the U.S., 3 in Europe and a new one planned for Moscow. A conscious decision, no doubt, based on the need of Australia to remain in touch with the rest of the world. For even greater contrast consider Norway, a nation smaller than Ontario or Quebec and with a population of only 4.5 million. The Norwegian Broadcasting Corporation has 8 foreign bureaux, but as our correspondent Jean-François Lépine pointed out to me in a recent letter, they consider it a necessary price to pay for a degree of independence.

It can be argued that what really matters is the professionalism of journalists, wherever they come from; their experience; the length of time they can devote to a subject area or a country; the means at their disposal: funds, equipment, satellite feeds, etc. There is some truth to this view. Better a report from a good, experienced New York Times or CBS reporter than one from a poor, inexperienced resourceless Canadian.

Competence, of course, is not a problem. This is well demonstrated by the fact that the reports of our

correspondents are constantly being used by foreign networks. Moreover it is also well known that many of our correspondents have been recruited by all three of the big American networks.

It is true, of course, that all foreign reporters do not carry the same national point of view. All American reporters do not think the same way, neither do all Canadian reporters, fortunately.

This is a valid argument but I'm afraid it is somewhat academic. Yes, the very curious reader is likely to read many sources: Maclean's, The New York Times, The Economist, Le Monde and of course a Canadian daily, The Calgary Herald or The Ottawa Citizen or The Vancouver Sun or La Presse and you will of course agree that the best informed obviously watch THE NATIONAL and THE JOURNAL or LE TÉLÉJOURNAL.

But the average Canadian will read one newspaper, listen to one radio station and watch one television news program.

Does it matter, then, that for most Canadians the world is regularly seen for us through foreign eyes? Is it conceivable that the Canadian interests may not always be the same as those of a correspondent for CBS or The Chicago Tribune?

If a desk in New York always decides for us what is covered and how, is there a chance that those decisions will not coincide with the interest of Canadians?

When somebody else sets the coverage agenda, we tend to see, in fact, a world which reflects the priorities of CBS, or NBC or The Los Angeles Times.

It's obvious that there isn't a uniquely Canadian perspective on everything that takes place in the world. But often there is. It seems to me that we have quite a distinctive view of African affairs, not only South Africa because of our active role in the Commonwealth, but Francophone Africa as well, because of the important role we play in the international Francophone community. We have our own perspective on Cuba, and indeed on the whole of Central and South America. Our interest in Asia is increasing, as ties between Canada and Asia proliferate. Half of Canada's immigrants now come from the Pacific Rim, only a third from Europe.

Canadian-Chinese trade has increased a thousand percent in 12 years. Montreal is twinned with Shanghai, Saskatchewan with Jiangsu, Alberta with Heilong Jiang.

How much time or space do you think the U.S. media gave to the Governor General's visit to China recently, the P.M.'s visit in May of 1986 or the recent visit of our Minister of Communications, Flora MacDonald?

"In 1984 and 1985", says our Beijing correspondent, Tom Kennedy, "Canadian firms placed bids on just 23 of 2100 projects put up for tender in Asia... But I'm willing to bet that if Canadian media were not present in Asia, the number would be considerably lower. I'm also willing to bet that the number over the next two years will be substantially higher."

There are hundreds, indeed thousands, of Canadian businessmen, engineers, professors, social workers, missionaries, nurses, diplomats around the world. Who will pay attention to their work? American reporters? Why should they? This is hardly a priority for their audience. The American or British or French reporters think of their readers or viewers in their choice of subjects and in the treatment of their subjects. Quite rightly.

Sometimes it isn't so much a question of having our own perspective as being able to offer an alternative to the perspective of others. We spent a great deal of money covering the Falklands war because we believed in the importance of an independent view, not the view of the British or Argentinians as protagonists or of the Americans as mediators, but that of a nation with no particular axe to grind trying to assess all points of view. We sent a crew to Reykjavik, and we maintain a bureau in Moscow, and so, for the same reason, do The Globe and Mail and Southam News and soon The Toronto Star.

Again this is not to suggest that British reporters reporting on the Falklands war consciously or unconsciously echoed the government line. Of course they didn't, in fact in that particular case the BBC got into hot water for conspicuously not going along with what it felt to be government propaganda. But a foreign journalist, however competent, cannot reflect the Canadian interests which often do exist, the reference points, the involvements, the heritage dimension so important in a nation of immigrants.

Raymond St-Pierre, now our French correspondent in London, and who sometimes covers Africa, points out: "In Angola, where we were, a year ago, the U.S. is

funding a guerrilla war, and we send assistance to the victims of the conflict. We have businesses that are encouraged to become involved in that country, while the American government is trying to convince Gulf Oil to stop operating there."

China and the USSR are enormous geographically and enormously complex. Our interest in these countries and our understanding of them is very important for our future. There are innumerable ways of looking at events in China for instance. Which are the ones most likely to attract the attention of Canadians or more important for Canadians to know about? Obviously, the average Canadian is more likely to pay attention to a report by Jean-François Lépine or Tom Kennedy on CBC television who know and answer some of his or her questions than to a reporter from ABC who ignores them. Moreover if Canadian correspondents are smart - and they are - they will make sure to have some angle to attract the attention of their Canadian audience. It's simply a matter of good communication. Perhaps it is tailor-made information and perhaps it is expensive but in the long run I don't think we can afford to do without it.

Maclean's ran an ad a few weeks ago in The Financial Post which read "The World Through Canadian Eyes."

It focussed on a major cover story on Nicaragua which featured a lengthy interview with President Daniel Ortega. The ad went on to make this important point. "Ortega commented that he recognizes Canada's Central American policies are different from the official U.S. position, adding that he thought he would receive a fair hearing from Canadian readers. It's a sentiment that says a great deal about Canada and the independence of the Canadian view of the world."

Canada is an island which cannot afford to be insular. It is more and more interdependent. Like other nations it will have to rely on its knowledge of the rest of the world.

Perhaps we have a parochial or "village" tradition but the village has become global. We must travel faster and think faster. Most of all we have to communicate faster and understand better.

Moreover; it must be a two way process! We must speak to the rest of the world, to our immediate neighbours and closest partners.

We must know and understand the rest of the world, and we must talk back.

For these reasons the CBC has maintained a certain number of foreign correspondents: 8 English and 3 French; 11 in all and 7 of them are capable of reporting in either French or English. We intend to maintain them in spite of budget restrictions. We would like to increase the number of areas covered by a full time journalist but that will not be possible for the moment unless some extraordinary solutions are implemented.

Two projects that we have developed over the last two years might help. Both of them have attracted some attention and support.

One is the 24 hour TV news channel for which the CBC has already applied to the CRTC - an idea that has been strongly endorsed by the Caplan-Sauvageau task force. In addition, a recent Environics Media study indicates that the majority (56 per cent) of cable subscribers in this country are interested in having such an all-news channel. We are proposing a financial system that would not require additional government funding or divert resources from present operations.

In our view the U.S. 24 hour news channel, CNN, which, predictably, had a difficult start, is bound to succeed as a world service. The question is: will Canadians be provided with a system of their own? We say they

should. By the way those of you who have watched CNN may have noticed the weather map of North America. Canada appears on it as having no weather at all. The rain stops at the 49th parallel, except for acid rain of course.

Such a channel would use existing news and information programs of both the English and the French networks of the CBC, thus reducing costs. Conversely, however, additional financial revenues would also allow the CBC to improve its coverage of Canada and the world and thus improve our service on the existing networks.

We would attempt, as we do now, to use as many reporters as possible who are bilingual - thus reflecting the nature of Canada but also reducing costs.

We are also interested in joint bureaux with other Canadian journalistic organizations but this idea raises difficult issues and nobody has been able to come up with precise projects or satisfactory solutions yet.

In the international area there is another project in which the CBC is involved and which has been working experimentally for about a year now. I refer to TV-5, a satellite to cable TV service which covers the whole of Europe in the French language. A consortium made up of

the CBC, other Canadian French language broadcasters, film producers and the National Film Board, provides a full evening a week of Canadian programming. This is a joint project with the public broadcasting organizations of France, Belgium and Switzerland. This has been achieved with almost no expenditure of CBC funds.

The Minister of Communications, the Honourable Flora MacDonald, the French Minister of Communications and Culture, Monsieur François Léotard, and Mr. Richard French, the Quebec Minister of Communications, have announced last January in Montreal that attempts would be made to set up in Canada a service similar to TV-5, that is, a satellite to cable TV service in the French language with both European and Canadian components. Such a service might eventually be of interest in the United States and of course would be financed separately and not from existing CBC funds.

When discussing these matters it is important to realize that because of satellites and cable, broadcasting is rapidly becoming intercontinental and fully international. We Canadians have known a continental broadcasting situation for a long time.

In the United States, there are at least 65 satellite services operating on a national or regional basis and many of them are becoming international. Ted Turner's Cable News Network is carried in hotels in cities around the world, including Moscow.

In Europe, there are now more than ten continental services, including Rupert Murdoch's Sky Channel which has been on the air for more than three years.

The BBC plans to create a Television World Service, aimed at the Middle East, Africa, Southern Asia and the Far East; and the U.S., through the Voice of America, recently launched World Vision, which will be available world wide by 1988.

CBC of course has been operating an international radio service in 12 languages and serving 5 continents.

The Corporation receives constant representations that this service should be re-inforced, particularly in the Pacific Rim. We hope that this will eventually be possible. This service, although very cost-effective, is smaller than similar services operated by many nations.

Our need to talk to the rest of the world is particularly obvious in the case of the United States, not only because of extraordinarily important trade relations with that country but also because of our political, ecological and defence relations with this neighbour.

We have made good progress in exporting Canadian information on radio. SUNDAY MORNING is heard on 36 American Public Radio stations in the U.S., AS IT HAPPENS on 43 stations, including New York, Washington and Los Angeles.

But now the CBC has developed a television project you may have heard about which we call Northstar but which has also been known as the Windsor Superstation.

Northstar has been fully researched by the CBC. Based on very realistic assessments of both cable and advertising revenue, we think it could break even in about three years and become an important source of revenue. Most of all however, for the first time in the history of Canadian-American relations, it would counter-balance, not fully but significantly, the overwhelming one way flow of information and entertainment in our direction from the U.S. Some U.S. personalities have bravely insisted that they are not

afraid of the cultural threat of Anne of Green Gables. I'm sure that their bravery could also withstand one Canadian English language television channel, after all we have been able to live with three U.S. commercial networks, one public service network, numerous independent stations and now the many specialized American networks such as CNN, FN, Arts and Entertainment and so on being carried on Canadian cable systems.

Indeed our own American colleagues and business partners have assured us that there would be considerable business interest in such a Canadian initiative, let alone cultural and social interest.

The purpose of all this activity is information. Canadians have a fundamental and increasing need of understanding the world and speaking to the rest of the world for business, cultural, political, defence and environmental interest. Not just to show the flag.

However, you may enjoy the following story I got from Tom Kennedy, our correspondent in Beijing - who by the way reports for both CBC radio and television, in English and in French: "I remember", he says, "in Northern China, in a poor province called Ningxia, a peasant had hung up a burlap bag with the Canadian flag

on it. The bag had contained grain, as part of food aid provided by Canada to feed peasants while they tried to grow food in a desert area."

May I repeat: there are indeed many ways to look at the world and a well informed citizen needs as many as possible. The one we need most - and the one we most lack - is the Canadian look.

Thank you.

commerce, de culture, de politique, de défense ou d'environnement. Il ne s'agit pas simplement de hisser le drapeau.

Mais l'histoire suivante que m'a racontée Tom Kennedy, notre correspondant à Pékin, qui d'ailleurs travaille pour la radio et la télévision dans les deux langues officielles, pourrait vous intéresser : "Je me rappelle qu'en Chine du Nord, dans une province pauvre appelée Ningxia, un paysan avait accroché un sac de toile portant le drapeau canadien. Le sac avait contenu du blé, qui faisait partie de l'aide alimentaire fournie par le Canada pour nourrir les paysans, en attendant qu'ils cultivent avec succès une région désertique".

Permettez-moi de me répéter : on peut regarder le monde de bien des façons et c'est ce dont a besoin le citoyen bien informé. Mais la façon canadienne de le faire, dont nous avons un si grand besoin, fait cruellement défaut. Il nous faut une perspective canadienne.

Je vous remercie.

publlicité et de l'abonnement au câble, nous pensons qu'il pourrait être rentable dans environ trois ans et devenir une source importante de revenus. Mais surtout, pour la première fois dans l'histoire des relations canado-américaines, il contrebalancerait, pas totalement mais suffisamment, le raz-de-marée d'informations et de divertissements qui nous vient des États-Unis. Certaines personnalités américaines ont courageusement insisté sur le fait qu'ils n'ont pas peur de la menace culturelle que représente Anne of Green Gables. Je suis sûr que leur courage leur ferait également supporter une chaîne de télévision canadienne de langue anglaise, car, après tout, nous sommes en mesure de vivre avec trois réseaux commerciaux américains, un réseau de service public, un grand nombre de stations indépendantes et, plus récemment, les nouveaux réseaux spécialisés américains comme CNN, FN, Arts and Entertainment et ainsi de suite, qui sont diffusés par les câblodistributeurs canadiens.

En fait, nos collègues et partenaires américains se sont montrés particulièrement intéressés d'un point de vue commercial, sans parler d'un intérêt culturel et social. Le but de toute cette activité, c'est l'information. Les Canadiens ont un besoin fondamental et croissant de comprendre le reste du monde et de lui parler, qu'il s'agisse de



Le monde vu du Canada

Notes pour une allocution de Pierre Juneau
Président de la Société Radio-Canada
(À vérifier au moment du discours)

1e 30 mars 1987

The Canadian Club
Toronto

Monsieur le Président, en m'invitant à venir parler devant le Canadian Club de Toronto, vous m'avez laissé libre de choisir le sujet que j'allais traiter.

Vous serez certainement soulagé de savoir que je ne vais pas vous entretenir du budget de Radio-Canada. Nos problèmes dans ce domaine sont effectivement très réels et ne seront pas facilement résolus. Mais, ceci étant dit, il nous faut également continuer de nous occuper de certaines questions importantes ayant trait à la radiodiffusion canadienne, comme la teneur des émissions, que nous devons régler, sinon maintenant, tout au moins dans un proche avenir.

J'aborderai donc aujourd'hui un aspect particulier d'un sujet dont j'ai déjà parlé longuement au Canada et aux États-Unis au fil des années : la relation entre la culture et la souveraineté canadienne.

Pendant des années, Radio-Canada et bien d'autres ont attiré l'attention des chefs d'opinion et des hommes politiques sur les lacunes catastrophiques en matière de fiction et de divertissement canadiens à la radio, à la télévision et dans nos cinémas. Nous avons fait remarquer pendant des années que c'est un vrai suicide culturel d'accepter qu'avec le câble et les satellites, au moins 95 pour cent de nos dramatiques à la télévision anglaise viennent des États-Unis. Nous avons dit que le principal objectif de Radio-Canada est de remédier à cette situation et d'augmenter notablement les sujets et les dramatiques qui traitent des Canadiens et des Canadiennes. Malheureusement, ce n'est pas un objectif que nous pouvons pleinement atteindre, compte tenu de la situation financière dans laquelle nous nous trouvons actuellement, mais c'est un but que nous devons poursuivre.

Cet après-midi, j'aimerais surtout axer mes propos sur le secteur de l'information et vous mentionner certains projets qui, selon nous, pourraient contribuer à mieux faire connaître aux Canadiens le monde dans lequel ils vivent et à exposer notre point de vue au reste du monde.

Que nous ayons finalement le libre-échange ou une libéralisation des échanges avec les États-Unis ou un autre pays, une chose est certaine : nous allons commercer.

Le Canada est le plus important partenaire commercial des États-Unis, et vice-versa. Une économie fondée sur les ressources naturelles dépend des marchés d'exportation et le marché domestique ne peut absorber la production industrielle.

Il y a lieu de noter également que même si notre commerce se fait à 70 pour cent avec les États-Unis, les 30 pour cent restant se font avec le reste du monde, et c'est cette portion qui s'accroît tous les jours.

Notre défense fait partie d'un système complexe d'interdépendance.

Nous partageons avec le reste de ce continent le grand problème des pluies acides et de la protection de nos lacs et de nos forêts.

Notre compréhension de la situation économique et politique du Tiers-Monde devient de plus en plus essentielle pour nous-même et pour les pays du Tiers-Monde.

Si les Canadiens veulent jouer un rôle significatif dans les affaires internationales, ils ont besoin d'être informés. Il leur faut leur propre perspective sur les événements

importants, les conflits, les alliances qui déterminent l'avenir de la communauté internationale. Leur perspective et non celles des autres. Une perspective alimentée par de nombreuses sources mais parmi lesquelles les sources canadiennes sont indispensables. Et, pour le moment, elles sont loin d'être suffisantes.

Les Canadiens sont d'avidés consommateurs de nouvelles. Les émissions d'information représentent 30 pour cent de la programmation de Radio-Canada au réseau français de télévision, 49 pour cent à la radio MA française, 40 pour cent à la télévision anglaise et 61 pour cent à la radio MA anglaise. La télévision anglaise de Radio-Canada diffuse davantage de nouvelles et d'affaires publiques aux heures de grande écoute que tout autre réseau de télévision dans n'importe quel pays occidental, y compris les réseaux américains, de France et même la BBC.

Le journalisme quotidien a été, du moins jusqu'à maintenant, un domaine où les médias canadiens ont réussi à retenir l'attention de leurs compatriotes. Les journaux, les magazines et les émissions d'information de la radio et de la télévision dominent dans ce secteur. Le New York Times a peut être de l'influence dans certains milieux, mais le nombre

d'exemplaires de son numéro du dimanche qui sont vendus au Canada ne sont qu'une goutte dans la mer par rapport au tirage quotidien de 317 000 du Globe and Mail ou de plus de un demi-million du Star. THE NATIONAL dépasse les nouvelles réseau de CBS par une marge de près de dix contre un et attire un auditoire plus important que MIAMI VICE et MAGNUM P.I. De tous les bulletins de nouvelles diffusés au Canada aux heures de grande écoute, sur les ondes de toutes les stations de la télévision anglaise, canadienne ou américaine, en 1985, 46 pour cent étaient d'origine canadienne. Mais ces 46 pour cent représentaient 83 pour cent du temps d'écoute réel consacré à ce genre d'émissions.

Le Globe and Mail est devenu une institution nationale. La chaîne Southam a élaboré un excellent service de nouvelles. Nous avons une agence de presse nationale, la Presse canadienne, qui fonctionne dans les deux langues et dessert à la fois la presse écrite et les médias électroniques. Nous avons CTV, un réseau de télévision privé de langue anglaise, qui diffuse un bulletin de nouvelles national le matin et le soir.

Mais le grand média du journalisme quotidien en français et en anglais au Canada, c'est Radio-Canada. Sans parler des

grandes émissions comme LE TÉLÉJOURNAL et LE POINT ou THE NATIONAL et THE JOURNAL, il y a aussi MIDDAY, les émissions d'information de début de soirée que l'on peut voir dans toutes les grandes villes; SUNDAY MORNING et WORLD REPORTS aux réseaux de la radio le matin et le soir ou PRÉSENT au réseau français. Il y a les 2 000 bulletins de nouvelles locaux et régionaux en français et en anglais retransmis chaque semaine et les 117 heures d'émissions d'information à la télévision et les 960 heures à la radio, chaque semaine.

De nombreux sondages démontrent que les Canadiens puisent de plus en plus à la télévision la plupart de leurs informations. Une étude de Environics Media publiée en décembre 1986 montre que la télévision est de loin la principale source de nouvelles nationales et internationales pour près de 70 pour cent des répondants, ce qui est nettement supérieur à ce que révélait une étude comparable réalisée en 1969. Je ne dis pas que cette situation déprécie la valeur des journaux ou de la radio. Ce n'est certainement pas mon cas, puisque je lis deux ou trois journaux anglais et deux journaux français tous les jours et que j'écoute les principaux bulletins à la radio. Mais les faits sont là, la télévision exerce une influence considérable sur la plupart d'entre nous.

Pour certains décideurs qui font face à des problèmes difficiles, la télévision et la radio peuvent paraître d'une importance secondaire. Mais toutes les émissions dont je viens de parler traitent de questions fondamentales et de l'aptitude des Canadiens à les comprendre et à s'en faire une opinion. Il n'est pas exagéré de dire qu'il s'agit, parfois littéralement, de questions de vie ou de mort : désarmement, guerre nucléaire, crime et châtement, la peine de mort, les maladies mortelles comme le SIDA ou le cancer, etc., sans parler des questions qui ont une influence directe sur nos vies, comme le chômage, le libre échange, le développement régional ou l'expression culturelle.

Walter Lippman a dit que "si l'on veut gouverner un pays avec le consentement des gouvernés, ceux-ci doivent se faire une opinion sur ce que les gouvernants veulent leur faire accepter."

Bon nombre de ces questions importantes, en tous cas les grandes questions nationales, sont bien couvertes et les divers médias canadiens en débattent.

Mais le monde existe autour de nous, un monde de plus en plus interdépendant, de plus en plus petit.

Magda McHale, directrice du Center for Integrative Studies de l'université de New-York, dit en substance : "L'aspect le plus soudain et significatif de la transition du 20^e siècle a été l'évolution rapide d'une pluralité de sociétés nationales éloignées et relativement autonomes à un monde complexe et interdépendant."

Et si vous lisez la plupart des journaux et examinez attentivement l'information diffusée sur les ondes, vous remarquerez que même si les téléspectateurs et les lecteurs canadiens s'intéressent toujours plus à l'information internationale, notre capacité à regarder le monde de nos propres yeux fait encore défaut. Une bonne partie de l'information internationale que donne la plupart des journaux et des stations de radiotélévision provient encore des agences de presse étrangères.

La presse écrite est relativement dans une meilleure position que le journalisme électronique. Le Globe and Mail a maintenant sept bureaux à l'étranger, le Toronto Star cinq, Southam News sept, la Presse canadienne quatre. Le Globe a fait des démarches récentes à Tokyo, le Star à Johannesburg et Southam et le Star à Moscou.

Radio-Canada, qui consacre le plus de ressources aux nouvelles étrangères parmi tous les organismes de journalisme

électronique au Canada, ne peut se permettre que cinq bureaux à l'étranger : à Paris, Londres, Washington, Pékin et Moscou. L'argent est une partie du problème. Les bureaux à l'étranger coûtent très cher, surtout pour les télévisions. Il convient de se rappeler également que le budget annuel des services de nouvelles de CBS est environ quinze fois supérieur à celui des nouvelles de la télévision anglaise de Radio-Canada.

Bien entendu, nos correspondants à l'étranger couvrent un territoire beaucoup plus vaste que la ville où se trouve notre bureau. Tom Kennedy par exemple, même s'il est posté à Pékin, s'est rendu récemment au Pakistan, aux Phillipines et à Hong Kong; Raymond St-Pierre à Londres a déjà fait des reportages à partir de l'Union soviétique, de l'Inde, de l'Angola et du Nicaragua. Joe Schlesinger, à Washington, a été vu dernièrement au Japon, en Corée, au Mexique et en Espagne en plus des États-Unis. Ces gens travaillent également souvent dans les deux langues, pour la radio et pour la télévision.

Il n'est donc pas étonnant que nous leur attachions une grande importance.

Mais il n'y a pas un seul correspondant de la télévision canadienne au Moyen-Orient; pas un seul dans toute l'Afrique; pas un seul au Japon, notre deuxième partenaire commercial.

Deux correspondants canadiens, un de CTV et l'autre de Radio-Canada, travaillant pour la radio et la télévision françaises et anglaises, couvrent toute l'Asie, la bordure du Pacifique, l'Australie et le sous-continent indien. Il n'y a pas un seul correspondant de télévision canadien en Amérique centrale ni en Amérique du Sud.

Pour couvrir la totalité des États-Unis, la nation la plus puissante de la planète et l'arbitre de la destinée du Canada, il n'y a que deux correspondants anglais de la télévision et un seul français.

L'Australian Broadcasting Corporation, en revanche, compte 25 correspondants à l'étranger, sept bureaux en Asie, deux aux États-Unis, trois en Europe et elle prévoit en ouvrir un autre à Moscou. Une décision prise sans aucun doute en toute connaissance de cause en fonction des besoins de l'Australie de garder le contact avec le reste du monde. Et que dire de la Norvège, un pays dont la superficie est plus petite que celle de l'Ontario ou du Québec et qui ne compte que 4,5 millions habitants, et dont la Norwegian Broadcasting Corporation a pourtant huit bureaux à l'étranger. Notre correspondant Jean-François Lépine me faisait remarquer récemment dans une lettre que ce pays estime que c'est le prix à payer pour conserver un certain niveau d'indépendance.

On pourrait avancer que tout cela n'a pas d'importance; que ce qui compte, c'est le professionnalisme des journalistes quelle que soit leur origine; c'est leur expérience; le temps qu'ils peuvent consacrer à un sujet ou un pays; les moyens à leur disposition : l'argent, l'équipement, les signaux de satellite, etc. Il y a du vrai dans cela. Il vaut mieux un bon reportage d'un reporter d'expérience du New York Times ou de CBS que d'un pauvre Canadien sans expérience et sans ressources.

La compétence n'est certes pas un problème, puisque les réseaux étrangers utilisent constamment les reportages de nos correspondants. Il est également bien connu que bon nombre de nos correspondants ont été recrutés par les trois grands réseaux américains.

Il est également vrai, bien entendu, que tous les correspondants à l'étranger ne transmettent pas le même point de vue national. Tous les reporters américains ne pensent pas de la même façon, ni les Canadiens d'ailleurs, heureusement.

C'est un argument valable mais, il me semble, quelque peu académique. Il est vrai que le lecteur curieux va s'informer à de nombreuses sources : Maclean's, le New York Times, The Economist, Le Monde et, bien entendu, un quotidien canadien,

le Calgary Herald ou l'Ottawa Citizen, le Vancouver Sun, ou La Presse et, naturellement, vous conviendrez avec moi que les mieux informés regardent LE TÉLÉJOURNAL et LE POINT, ou THE NATIONAL et THE JOURNAL.

Mais le Canadien moyen lit un seul journal, n'écoute qu'une seule station de radio et ne regarde qu'une seule émission de nouvelles à la télévision.

Dans ces conditions, est-il important que la plupart des Canadiens voient le monde à travers des yeux étrangers? Est-il concevable que la perspective et les intérêts canadiens ne puissent pas être les mêmes que ceux d'un correspondant de CBS ou du Chicago Tribune?

Si un chef de pupitre à New-York décide toujours pour nous de ce qui doit être couvert et comment, peut-on espérer que ces décisions coïncident avec l'intérêt des Canadiens?

Lorsque quelqu'un d'autre en décide, nous avons tendance à voir un monde qui reflète les priorités de CBS, de NBC ou du Los Angeles Times.

Il est évident qu'il n'y a pas une perspective uniquement canadienne sur tout ce qui se passe dans le monde. Mais très souvent il y en a une. Il me semble que nous avons un point

de vue particulier sur les affaires africaines, non seulement sur l'Afrique du Sud en raison de notre rôle actif dans le Commonwealth, mais sur l'Afrique francophone en raison de la place importante que nous occupons dans la francophonie. Nous avons nos propres perspectives sur Cuba, et en fait sur toute l'Amérique centrale et du Sud. Notre intérêt pour l'Asie s'accroît à mesure que les liens entre le Canada et l'Asie se resserrent. La moitié de nos immigrants viennent maintenant de la bordure du Pacifique, alors qu'un tiers seulement arrive d'Europe. Le commerce sino-canadien a augmenté de mille pour cent en douze ans. Montréal est jumelée à Shanghai, la Saskatchewan au Jiangsu et l'Alberta au Heilong Jiang.

Combien de temps et d'espace pensez-vous que les médias américains ont consacré à la visite du gouverneur général en Chine récemment, à la visite du premier ministre en mai 1986 ou à la visite récente de notre ministre des Communications, Flora MacDonald?

Notre correspondant à Pékin, Tom Kennedy, disait récemment ceci : "En 1984 et 1985, des entreprises canadiennes ont répondu à seulement 23 des 2 100 appels d'offres qui ont été lancés en Asie... Mais je suis prêt à parier que si les médias canadiens n'étaient pas présents en Asie, il y en

aurait eu encore moins. Je suis également prêt à parier qu'il y en aura beaucoup plus au cours des deux prochaines années."

Il y a effectivement dans le monde entier des centaines et même des milliers de Canadiens, gens d'affaire, ingénieurs, professeurs, travailleurs sociaux, missionnaires, infirmières, diplomates. Qui s'intéresse à leur travail? Les reporters américains? Pourquoi le feraient-ils? Ce n'est pas une priorité de leur auditoire. Les reporters américains, britanniques ou français pensent d'abord à leurs lecteurs ou à leurs téléspectateurs en choisissant les sujets qu'ils vont traiter. Et c'est bien normal.

Parfois, ce n'est pas tant la question d'avoir notre propre perspective que de pouvoir nous libérer de la perspective des autres. Nous avons dépensé beaucoup d'argent à couvrir la guerre des Malouines, car nous croyions à l'importance d'un point de vue indépendant, non pas celui des protagonistes, les Britanniques ou les Argentins, ni celui des médiateurs américains, mais plutôt celui d'une nation qui n'a pas d'intérêt personnel dans l'affaire et qui essaie d'évaluer tous les points de vue. Nous avons envoyé une équipe à Reykjavik et nous avons un bureau à Moscou, tous le font pour la même raison, le Globe and Mail, Southam News et bientôt le Toronto Star.

Nous ne prétendons pas encore une fois que les reporters britanniques qui ont couvert la guerre des Malouines se sont fait l'écho, consciemment ou non, de la pensée gouvernementale. Bien sûr que non. En fait, dans ce cas particulier, la BBC s'est attirée des ennuis en ne s'alignant pas publiquement sur ce qu'elle estimait être de la propagande gouvernementale. Mais un journaliste étranger, aussi bien intentionné soit-il, ne peut pas témoigner des intérêts canadiens, qui existent effectivement souvent, des points de référence, des participations, de la dimension de patrimoine qui est tellement importante pour un pays d'immigrants comme le Canada.

Raymond St-Pierre, notre correspondant français à Londres, qui couvre parfois l'Afrique, fait remarquer que "L'Angola, où nous étions, il y a un an : les États-Unis y financent une guérilla, nous y envoyons de l'aide aux victimes du conflit. Nous avons des hommes d'affaires qui sont encouragés à prendre leur part du marché, dans ce pays. Le gouvernement américain tente de convaincre la Gulf Oil d'interrompre ses activités dans ce pays."

La Chine et l'URSS sont de vastes pays, forts complexes. Notre intérêt et la compréhension que nous en avons sont très importants pour notre avenir. Il y a, en effet,

d'innombrables façons d'interpréter les événements qui se produisent en Chine, par exemple. Quels sont ceux qui sont les plus susceptibles d'attirer l'attention des Canadiens ou qu'il est important que les Canadiens connaissent?

Naturellement, le Canadien moyen s'intéressera plus facilement à un reportage de Jean-François Lépine ou de Tom Kennedy, qui connaissent les questions que se pose le téléspectateur et peuvent y répondre, qu'à celui d'un reporter de ABC qui ne les connaît pas. D'autre part, si les correspondants canadiens sont futés - et ils le sont - ils ne manquent pas de trouver un angle pour capter l'attention de leur auditoire. C'est une simple question de communication. Peut-être est-ce de l'information sur mesure et peut-être est-ce onéreux, mais en fin de compte, je ne pense pas que nous puissions nous en passer.

Il y a quelques semaines, Maclean's avait placé une annonce dans le Financial Post qui se lisait "The World Through Canadian Eyes", c.-à-d. "Le monde vu du Canada".

Cette annonce portait sur un grand reportage réalisé au Nicaragua et comportant une longue entrevue avec le président Daniel Ortega. L'annonce disait en particulier : "Ortega a déclaré reconnaître que les politiques canadiennes en Amérique centrale diffèrent de la position officielle des États-Unis,

ajoutant que, selon lui, les lecteurs canadiens se feraient une opinion impartiale de ce qu'il disait. C'est un sentiment qui en dit long sur le Canada et l'indépendance du point de vue canadien sur le monde."

Le Canada est une île qui ne peut se permettre d'être insulaire. Il devient de plus en plus interdépendant. Comme les autres pays, il devra dépendre de sa connaissance du reste du monde.

Nous avons peut-être une tradition de paroissiens ou de villageois, mais le village est devenu global. Nous devons voyager plus vite et penser plus vite. Et surtout, nous devons communiquer plus vite et mieux comprendre.

De plus, cela doit se faire dans les deux sens! Nous devons parler au reste du monde, à nos voisins immédiats et à nos plus proches partenaires.

Nous devons connaître et comprendre le reste du monde, et nous devons lui parler.

C'est pour toutes ces raisons que Radio-Canada a un certain nombre de correspondants à l'étranger : trois français et huit

anglais; onze en tout, dont sept peuvent faire leurs reportages soit en français soit en anglais. Nous avons l'intention de les garder malgré les compressions budgétaires. Nous aimerions même augmenter le nombre des zones couvertes par un journaliste à plein temps, mais cela n'est pas possible pour le moment, à moins de trouver des solutions exceptionnelles.

Au cours des deux dernières années, nous avons élaboré deux projets qui pourraient nous aider. Les deux ont retenu l'attention et trouvé un appui.

Le premier est une chaîne de télévision qui diffuserait exclusivement des nouvelles 24 heures sur 24 et pour laquelle Radio-Canada a déjà posé sa candidature auprès du CRTC - idée qui a été fortement appuyée par le Groupe de travail Caplan-Sauvageau. Par ailleurs, une récente étude de Environics Media montre que la majorité (56 pour cent) des abonnés au câble au pays aimeraient bénéficier d'une chaîne de ce genre. Pour financer ce projet, nous proposons un mode de financement qui n'exigerait pas de fonds gouvernementaux supplémentaires ni de réaffectation des ressources d'exploitation actuelles.

À notre avis, la chaîne de nouvelles américaine CNN qui, comme on pouvait s'y attendre, a eu des débuts difficiles, finira par réussir en tant que service international. Mais la question est la suivante : Les Canadiens auront-ils finalement un système à eux? D'après nous, il le faut absolument. À ce sujet, ceux qui ont déjà regardé CNN ont peut-être remarqué la carte météorologique de l'Amérique du Nord. Le Canada y apparaît comme un pays où il n'y a pas de climat. La pluie s'arrête au 49^e parallèle, sauf les pluies acides évidemment.

Un tel système utiliserait les émissions d'information et de nouvelles des réseaux français et anglais de Radio-Canada qui existent déjà, ce qui réduirait les coûts. Mais, inversement, des revenus supplémentaires permettraient également à Radio-Canada d'améliorer ses reportages du Canada et du monde et, par la même occasion, d'améliorer le service à nos réseaux existants.

Comme nous le faisons maintenant, nous tenterions d'utiliser autant de reporters bilingues que possible - afin de refléter la spécificité canadienne mais aussi pour réduire les coûts.

Nous nous intéressons également à des bureaux communs avec d'autres organismes de journalisme canadiens, mais cette idée

soulève des difficultés et personne n'a encore pu élaborer de projets précis ni trouver de solutions satisfaisantes.

Sur le plan international, Radio-Canada participe aussi à un autre projet qui fonctionne déjà à titre expérimental depuis environ un an. Je parle ici de TV-5 : un service de télévision par satellite vers le câble, en français, qui couvre toute l'Europe. Un consortium formé de Radio-Canada, d'autres diffuseurs canadiens de langue française, de producteurs de films et de l'Office national du film, offre toute une soirée d'émissions canadiennes par semaine. Il s'agit d'un projet commun avec les télévisions publiques de France, de Belgique et de Suisse. Ceci a été réalisé sans qu'il en coûte pratiquement quoi que ce soit à Radio-Canada.

Le ministre des Communications, l'honorable Flora MacDonald, et son homologue français, M. François Léotard, ainsi que M. Richard French, le ministre québécois des Communications, ont annoncé en janvier dernier à Montréal que l'on essaierait de mettre sur pied, au Canada, un service semblable à TV-5, c'est-à-dire un service de télévision en langue française ayant des composantes européennes et canadiennes. Ce service pourrait même susciter un intérêt aux États-Unis et, bien entendu, serait financé séparément et non à partir des fonds de Radio-Canada.

Lorsqu'on aborde toute cette question, il est important de se rendre compte qu'avec les satellites et le câble, la radiodiffusion devient rapidement intercontinentale et pleinement internationale. Nous les Canadiens, nous connaissons une radiodiffusion continentale depuis déjà longtemps.

Aux États-Unis, il y a au moins 65 services de satellite exploités sur une base nationale ou régionale et dont bon nombre sont en train de devenir internationaux. On peut capter le Cable News Network de Ted Turner dans les hôtels des grandes villes du monde entier, y compris à Moscou.

En Europe, il y a maintenant plus de dix services continentaux, notamment le Sky Channel de Rupert Murdoch qui diffuse depuis plus de trois ans.

La BBC prévoit de créer un service international de télévision qui serait destiné au Moyen-Orient, à l'Afrique, à l'Asie du Sud-est et à l'Extrême-Orient; et les États-Unis, au moyen de Voice of America, ont récemment inauguré World Vision, qui sera diffusé dans le monde entier d'ici 1988.

Bien entendu, Radio-Canada exploite un service de radio internationale en douze langues qui dessert cinq continents.

On nous répète constamment qu'il faut renforcer RCI, surtout dans la bordure du Pacifique. Nous espérons que cela sera un jour possible. Même si ce service est peu onéreux, son importance est moindre que celle d'autres services du même genre exploités par de nombreux pays.

La nécessité, pour le Canada, de parler au reste du monde est particulièrement évidente dans le cas des États-Unis, non seulement à cause des relations commerciales considérables que nous entretenons avec ce pays, mais aussi en raison de nos relations politiques, écologiques et de défense.

Nous avons fait des progrès remarquables pour ce qui est d'exporter l'information canadienne à la radio. SUNDAY MORNING est entendu à 36 stations de la radio publique américaine, AS IT HAPPENS à 43 stations, dont celles de New-York, Washington et Los Angeles.

Mais Radio-Canada a maintenant mis au point un projet dont vous avez peut être entendu parler et que nous appelons Northstar, mais qui est également connu comme la superstation de Windsor.

Radio-Canada a fait toutes les recherches voulues pour le projet Northstar. Fondé sur des recettes tirées de la



Introductory Remarks
by Pierre Juneau
President of the CBC

House of Commons Committee on
Communications and Culture

May 7, 1987

Mr. Chairman, Members of the Committee,

The annual appearance by the CBC to discuss its main estimates for the current fiscal year is perhaps the most important element in the comprehensive accountability regime which governs the activities of the CBC. Not the only element, to be sure, because the CBC is held accountable to the people and Parliament of Canada through a number of formal processes involving Parliament itself, this Committee, the Department of Communications through which the CBC reports, the Auditor General, the Treasury Board and the CRTC. The CBC's accountability is, by any standards of measurement, well established and carefully scrutinized.

You may be also interested to know that we answer between three and four hundred letters a year from Members of Parliament, mostly about journalistic matters, in addition to the questions which are regularly tabled in the House of Commons and the Senate.

Thus my colleagues from the CBC Board of Directors and I appear before you today to tell you, assuming that these estimates are approved, how we intend to use that money. How we intend to fulfil the objectives of the national broadcasting service as set out in the Broadcasting Act.

For the 1987-88 financial year the proposed operating appropriation for the CBC, after adjustments, is \$786 million, \$4 million more than in 1986-87. In addition the Corporation will receive capital funds amounting to almost \$91 million, \$22 million more than last year, and working capital of \$4 million, which is the same as last year. If one includes the CBC's own gross revenue forecast of \$284 million, the Corporation's total resources in this fiscal year will amount to \$1,166 million. This means that after various adjustments to the revenue figure for advertising agency commissions, payments to affiliates and other matters, and including the \$4 million increase in the operating appropriation, the CBC will have \$15 million more in operating funds in 1987-88 than it did in 1986-87.

It should be made clear, however, that because of weakening advertising markets, this year's revenue target will be difficult to achieve and, frankly, we may be sticking our necks out a bit on the revenue side. But we are determined to repeat the success of the past several years in which the CBC has increased commercial revenues at a faster rate than the private sector, while playing the game fairly in the market place. We're proud of the fact that we have made some reduction in the dependence of the CBC on public funding in a period of economic constraint. But there are limits. And in the long run, I do not believe it is good national policy to continuously increase the dependence

on commercial advertising of what is mandated to be a distinctive public broadcasting service.

Now, what services does the CBC intend to provide with the funds available to it? In other words, what about the expenditure side? The total cost of programming in 1987-88, including an allocation of \$44 million for expenses not requiring funds such as depreciation, is forecasted to be \$743 million, an increase of \$26 million over last year.

Of the overall programming budget of \$743 million, English television will spend almost \$370 million; French television just over \$211 million, English radio a little more than \$101 million and French radio \$61 million. These figures include both network and regional programming.

On the other hand, non-program expenses, with two exceptions, will decline. Operational management and services, corporate engineering services and corporate management services are all budgeted to cost 5% less than last year. The exceptions are a slight increase in distribution costs such as satellite and microwave contracts, which are largely beyond CBC's control, and in selling expenses which are a result of the increase in forecasted revenues. The increased budgetary allocation to programming and the reduction in general management expense reflect the fulfilment of the undertaking I made to this

Committee last year "... to try hard to reduce the cost of doing business as much as possible, rather than reducing services." That we have done.

The problem we face this year, and on the basis of current projections will continue to face in years to come, is that the "cost of doing business" can only be reduced or controlled to a certain degree, particularly as we are entering a third year of budget compressions. Although inflationary pressures have been considerably reduced, prices of many goods and services used by the CBC have gone up. Many of these are beyond the CBC's control: two typical examples are, in Canada, the level of occupancy costs such as office rentals and municipal taxes where we have recently been faced with increases as high as 8 and 12%, and, in the United States, the prices of procured programs which are increasing at more than twice the current rate of inflation as measured by the consumer price index.

Every price increase for which the CBC is not compensated has to be found somewhere. As much as possible has been absorbed by reducing general management expense, but cutting overhead cannot take care of the whole problem. The budgetary restrictions we have to face, which include a 2% salary budget reduction and no inflationary increase on the non-salary part of our operating budget, cannot be accommodated without some reduction in the level of services we provide, including programming.

That is why we have been talking about a budget shortfall. The figures are quite simple. To maintain last year's level of service, even after taking into account the increases in operating funds I just mentioned, would result in a shortfall of \$50 million, and, since the CBC cannot go into deficit, it must be found. During the past 12 months, by virtue of very great efforts on the part of our staff, program service reductions were kept to a minimum. This year the impact will inevitably fall more heavily on the activity where most of our money is spent - programming. This is the year when, instead of making progress or at least holding our own, we begin to fall back - in production of original Canadian programming, in commitments to independent producers.

Let me give you some examples. Our English television variety specials will be reduced from 7 to 3; the popular series **Fraggle Rock** will not be renewed and will be replaced with a less expensive show, one Thursday night prime-time drama period will be filled with repeats, prime-time arts documentaries will virtually disappear. Last year's 65 hours of Telefilm programs will drop to 50 hours. We understand that there is, however, a possibility that the Telefilm rules may be adjusted in such a way that the CBC may be able to take part in a larger number than is currently forecast of productions involving Telefilm and private producers. Members are, no doubt, aware that over the last few

years Telefilm has had to return money to the Consolidated Revenue Fund while at the same time the CBC was unable to carry out some of its plans for more Canadian television programs which everybody seems to agree are essential.

In regional programming the national series from Regina, **Country West**, has been cancelled.

French television has had to reduce broadcast hours, schedule more repeats in prime time, cancel plans to schedule a host of specials such as **Anna Karenine**, the French version of **Joshua Then and Now**, an operatic production and other music specials. Regionally, program capacity has been reduced in Winnipeg, Edmonton and Vancouver.

Both English and French radio will suffer. Programs such as **Brave New Waves** and **The Radio Show** will either be shortened or will have their budgets cut. French radio drama will produce 35% fewer program hours. Many English and French regional centres will have to make do with fewer staff, lower budgets or reduced regional production. Northern Service employees will have to travel less.

The impact of such cuts is an insidious dilution of the overall quality of the service which does not go unnoticed by the listening and viewing public. If viewers begin to drift away, so

will advertisers and commercial revenue. The CBC cannot remain competitive in one of the toughest television markets in the world without the capacity to produce and procure the original programming which viewers demand. The vitality and inventiveness of CBC radio cannot be sustained if the Corporation can no longer afford to employ the lively minds who make it happen. A CBC with fewer foreign correspondents than Australia - or Norway - cannot claim to offer its listeners and viewers an adequate representation of the world through Canadian eyes.

Let me say again that the CBC has never claimed that it should be exempt from generally applicable policies of financial restraint and that we have done our best to act in a responsible manner. But we cannot pretend that there is no problem.

Less money will not produce more Canadian programs. Reduced resource levels will not silence those who want more from the CBC, not less: Members of Parliament asking for transmitters, or stations or news correspondents in their areas, independent producers demanding higher licence fees, composers seeking higher copyright payments, television affiliates wanting more money, ethnocultural groups seeking a better reflection of their communities, musicians asking for increased guarantees of employment, more captioning of programs for the deaf.

Above all, less money will not achieve what everybody agrees is the most important objective - to make our television system more Canadian and to make television the powerful force for Canadian cultural development it has the potential to be. What concerns me perhaps most of all is that we may, by inadvertence, be bringing on the slow withering of public broadcasting as represented by the CBC which, as several Ministers of Communications, the Caplan-Sauvageau Report, the CRTC in its recent television network licence renewal and, indeed, your own Committee have acknowledged, is of vital importance in reaching that objective.

I think it is only fair to note, however, that, despite the climate of restraint, the past year has nonetheless been filled with events and achievements which are worthy of being brought to your attention. They testify to the vigour and determination of the CBC's staff and the Canadian creative community who have demonstrated, once again, the ability to do first class work in difficult circumstances. Among those achievements are the following:

- The Corporation has successfully concluded the negotiation of 25 collective agreements with 17 employee and talent groups. This has been achieved in a climate of fiscal restraint, and despite the unusual pressures generated by several years of

public sector wage restraint during which contracts have been, for all practical purposes, frozen. These new contracts were also negotiated at a time when government and CRTC policies required the CBC to increase its cooperation with outside private producers and the government agency Telefilm, a matter of major concern to many CBC unions.

- Audiences for radio and television programs have increased.
- Canadian television programming has increased in quantity and improved in quality. The CBC's program achievements were noted by the CRTC in its renewal of the Corporation's television network licences.
- Programs are produced efficiently and at competitive cost. The Caplan-Sauvageau Task Force on Broadcasting Policy investigated - and then dismissed - the frequently-heard argument that CBC in-house productions cost more than comparable independent productions. For instance the 5 1/2 hours a week of téléromans on the CBC French network are produced with impressive efficiency, attracting large audiences for the expenditure of minimal production costs.
- Major projects such as the host broadcaster role at Expo' 86 have been managed efficiently, under budget, and to the credit of Canada as a nation. Canadian public authorities

and international public and private broadcasters have expressed their appreciation for the efficiency of the CBC in managing these projects.

- CBC has played a major role in Canada's contribution to TV 5, a satellite-to-cable television service in Europe which features a weekly evening of Canadian programming in the French language. The Corporation is a leading participant in the consortium of public and private broadcasters which recently applied to distribute this service in Canada.
- The CBC has submitted an application for a news specialty channel to the CRTC.
- Detailed planning and tendering for a very large and complex multi-use development project for CBC Toronto production facilities have been completed on time. The management of this project has been recognized as very professional by the major development companies which have responded to the proposal call. Proposals have also been received for the development of part of the CBC's Montreal site.
- A new agreement with the CBC's private television affiliate in New Brunswick has been negotiated which, for the first time, will make full English CBC service available to viewers

in this area, at no additional operating or capital cost to the public.

- Above all, the most significant managerial achievement is the dependable, on time, delivery of hundreds of thousands of program hours each year in two official languages and numerous native languages to audiences for six networks and the Northern Service spread across a vast terrain, through a very complex logistical system of distribution involving satellites, microwaves and transmitters in six time zones - a feat of industrial organization which is perhaps taken for granted but deserves to be acknowledged.

In my view these facts and others demonstrate that the CBC, considering its public mandate, is as effective as most private corporations or government institutions. They also contradict - if considered with fairness - the clichés about CBC inefficiency often repeated out of habit or ingrained dislike of the CBC as an institution.

Finally, Mr. Chairman, we have noted the truly impressive work and output of your Committee on broadcasting matters during this period. I cannot claim that we have been overjoyed at all of its content, but the quality and quantity of the Committee's work bears eloquent testimony to the commitment and dedication of its members.



Remarques liminaires
de Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada

Comité de la Chambre des communes
sur les communications et la culture

Le 7 mai 1987

Monsieur le Président, membres du Comité,

La comparution annuelle de Radio-Canada devant le Comité pour parler de son budget principal pour l'exercice financier en cours est sans doute l'élément le plus important du régime d'imputabilité qui régit les activités de la Société. Ce n'est pas le seul, bien entendu, puisque Radio-Canada est responsable devant la population et le Parlement du Canada par l'entremise d'un certain nombre de processus officiels impliquant le Parlement lui-même, le Comité, le ministère des Communications, le Vérificateur général, le Conseil du Trésor et le CRTC. Quelle que soit la façon dont on la mesure, l'imputabilité de Radio-Canada est bien établie et fait l'objet d'examens minutieux.

Il vous intéressera peut-être de savoir que nous répondons, en outre, à quelque trois à quatre cents lettres de députés par an, la plupart portant sur des sujets journalistiques, en plus des questions qui sont posées régulièrement à la Chambre des communes et au Sénat.

Mes collègues du Conseil d'administration et moi-même sommes donc ici aujourd'hui pour vous dire, en supposant que le budget soit approuvé, comment nous avons l'intention d'utiliser cet argent. Comment nous avons l'intention de réaliser les objectifs du service de la radiodiffusion nationale tel qu'ils sont énoncés dans la Loi sur la radiodiffusion.

Pour l'exercice financier 1987-1988, les crédits d'exploitation de la Société, après rajustements, sont de 786 millions de dollars, soit 4 millions de plus qu'en 1986-1987. D'autre part, la Société recevra des fonds d'immobilisations s'élevant à près de 91 millions, c'est-à-dire 22 millions de plus que l'an dernier, et un fonds de roulement de 4 millions, équivalant à celui de l'an dernier. Si l'on ajoute les recettes commerciales brutes anticipées de 284 millions de dollars, le montant total dont disposera la Société pour l'exercice est de 1 166 millions. Tout cela signifie qu'après divers rajustements au chiffre des recettes, pour les commissions aux agences de publicité, pour les paiements aux affiliées, et autres, et en comptant l'augmentation de 4 millions des crédits d'exploitation, Radio-Canada aura à sa disposition 15 millions de dollars de plus en fonds d'exploitation qu'en 1986-1987.

Je dois dire, cependant, qu'en raison de l'affaiblissement des marchés publicitaires, la cible de recettes sera difficile à atteindre cette année et, franchement, nous nous avançons peut-être un peu trop du côté des recettes. Mais nous sommes déterminés à répéter le succès des

dernières années au cours desquelles Radio-Canada a augmenté ses recettes publicitaires à un rythme plus rapide que ne l'a fait le secteur privé, tout en respectant les règles du marché. Nous sommes fiers d'avoir pu réduire la dépendance de Radio-Canada à l'égard des fonds publics dans une période de compressions budgétaires. Mais il y a des limites. Et, finalement, je ne pense pas qu'il soit sage d'augmenter constamment la dépendance à l'égard de la publicité commerciale, de ce qui doit être, de par la loi, un service de radiodiffusion public distinctif.

Quels sont donc les services que Radio-Canada a l'intention d'offrir avec les fonds dont elle dispose? Autrement dit, comment se répartiront les dépenses? En 1987-1988, le coût total de la programmation, y compris une allocation de 44 millions pour les dépenses ne nécessitant pas de sortie de fonds comme la dépréciation, devrait être de 743 millions de dollars, une augmentation de 26 millions par rapport à l'an dernier.

De ce budget de programmation global de 743 millions, la télévision française dépensera un peu plus de 211 millions; la télévision anglaise presque 370 millions; la radio française, 61 millions et la radio anglaise, un peu plus de 101 millions. Ces chiffres comprennent la programmation réseau et régionale.

D'autre part, à deux exceptions près, les dépenses non liées aux émissions diminueront. La gestion et les services d'exploitation, les

services de l'Ingénierie nationale et ceux de la direction nationale sont budgétisés de façon à coûter 5 pour cent de moins que l'an dernier. Les exceptions sont une légère majoration des coûts de distribution, comme ceux des satellites et des contrats de micro-ondes, sur lesquels Radio-Canada n'a guère de contrôle, et une hausse des frais de ventes, le résultat de l'augmentation des recettes prévues. L'accroissement de l'allocation budgétaire consacrée à la programmation et la réduction des dépenses de gestion générale reflètent l'engagement que j'ai pris devant vous l'an dernier, c'est-à-dire de "...s'efforcer de réduire les coûts au maximum sans réduire les services". C'est ce que nous avons fait.

Cette année, le problème auquel nous faisons face et, étant donné les projections actuelles, auquel nous continuerons de faire face dans les années à venir, est qu'il y a une limite à la réduction et au contrôle des coûts, d'autant plus que nous entreprenons une troisième année consécutive marquée de contraintes budgétaires. Même si les pressions inflationnistes se sont considérablement relâchées, les prix d'un grand nombre de biens et de services utilisés par Radio-Canada ont connu une hausse importante. Nombre d'entre eux sont complètement indépendants du bon vouloir de la Société. En voici deux exemples typiques : au Canada, les coûts d'occupation comme les locations de bureaux et les taxes foncières ont connu récemment des hausses allant jusqu'à 8 et 12 pour cent et, aux États-Unis, les prix des émissions achetées augmentent deux fois plus vite que le taux d'inflation courant, tel qu'il est mesuré par l'indice des prix à la consommation.

Il faut bien trouver quelque part l'argent nécessaire pour chacune des augmentations de prix qui ne sont pas compensées. La plupart des coûts ont été absorbés par la réduction des dépenses générales de gestion, mais on ne peut pas résoudre tous les problèmes en réduisant les frais généraux. Les restrictions budgétaires auxquelles nous faisons face, qui comprennent une réduction du budget des salaires de deux pour cent et aucune compensation pour l'inflation au titre des postes non salariaux de notre budget d'exploitation, ne peuvent être réglées sans une certaine réduction du niveau des services que nous offrons, dont la programmation.

C'est pourquoi nous avons parlé de manque à gagner. Les chiffres sont très simples. Si l'on veut maintenir le niveau de service de l'an dernier, même en tenant compte de l'augmentation du budget d'exploitation dont je viens de parler, il faut envisager un manque à gagner de 50 millions. Puisque nous ne pouvons pas être déficitaires, nous devons trouver cette somme quelque part. Au cours des 12 derniers mois, grâce aux efforts remarquables de notre personnel, les réductions dans les services de programmation ont été minimes. Mais, cette année, il y aura inévitablement des répercussions graves sur les activités auxquelles nous consacrons la plupart de notre argent, c'est-à-dire la programmation. C'est l'année où, au lieu de faire des progrès, ou tout au moins de nous maintenir au même niveau, nous commencerons à reculer tant dans la production d'émissions canadiennes originales que dans nos engagements à l'égard des producteurs indépendants.

Permettez-moi de vous donner quelques exemples. De sept émissions spéciales de variétés que nous avions à la télévision anglaise nous n'en aurons plus que trois, la série populaire **Fraggle Rock** ne sera pas renouvelée et sera remplacée par une émission moins onéreuse, un des créneaux consacrés aux dramatiques le jeudi soir aux heures de grande écoute sera comblé par des reprises, les documentaires sur les arts aux heures de grande écoute disparaîtront presque entièrement. Les 65 heures d'émissions diffusées grâce à Téléfilm l'an dernier tomberont à 50. On nous a cependant laissé entendre que Téléfilm pourrait peut-être modifier les règles du jeu de sorte que Radio-Canada puisse participer à davantage de productions que prévu avec Téléfilm et les producteurs privés. Les membres du Comité ne sont certainement pas sans savoir qu'au cours des dernières années, Téléfilm a dû remettre de l'argent au Trésor alors que, de son côté, Radio-Canada se trouvait dans l'incapacité de mener à bien certains plans destinés à accroître le nombre d'émissions canadiennes de télévision, un objectif avec lequel tout le monde semble d'accord.

Quant à la programmation régionale, la série nationale de Regina, **Country West**, a été annulée.

La télévision française a dû réduire ses heures de diffusion, présenter davantage de reprises aux heures de grande écoute, annuler son projet de diffuser un certain nombre d'émissions spéciales comme **Anna Karenine**, la version française de **Joshua Then and Now**, un opéra et d'autres émissions musicales. Au niveau régional, la capacité a été réduite à Winnipeg, Edmonton et Vancouver.

La radio française et la radio anglaise écoperont également. Le service français des dramatiques radiophoniques produira 35 pour cent d'heures d'émissions en moins. Et il faudra soit raccourcir la durée, soit diminuer les budgets d'émissions comme **Brave New Waves** et **The Radio Show**. De nombreux centres régionaux français et anglais devront se contenter de moins de personnel, de budgets réduits ou de productions régionales moins nombreuses. Les employés du Service du Nord devront limiter leurs déplacements.

Toutes ces coupes se traduisent par un délayage insidieux de la qualité générale du service, qui ne passe pas inaperçu auprès des auditeurs et des téléspectateurs. Or, si les téléspectateurs commencent à nous délaisser, les annonceurs en feront autant et nos recettes commerciales diminueront. La Société Radio-Canada ne pourra demeurer compétitive dans l'un des marchés de télévision les plus impitoyables au monde, si elle ne parvient plus à produire et à se procurer les émissions originales que les téléspectateurs exigent. La radio de Radio-Canada ne pourra maintenir sa vitalité et sa créativité si la Société ne peut plus se permettre d'employer les esprits créatifs qui rendent tout cela possible. Comment Radio-Canada pourrait-elle prétendre offrir à ses auditeurs et téléspectateurs une vision canadienne équilibrée du monde avec un nombre de correspondants à l'étranger inférieur à celui de l'Australie ou de la Norvège?

Permettez-moi de vous rappeler, encore une fois, que Radio-Canada n'a jamais prétendu qu'elle devrait être exemptée des politiques générales

d'austérité financière, et que nous avons fait notre possible pour réagir de façon responsable. Mais nous ne pouvons pas faire comme si cela ne posait pas de problème.

Moins d'argent disponible ne signifie pas davantage d'émissions canadiennes. Le fait que nous ayons moins de ressources ne fera pas taire ceux et celles qui réclament que Radio-Canada en fasse toujours plus, non pas moins : les députés qui demandent des émetteurs, des stations ou des correspondants dans leurs régions, les producteurs indépendants qui demandent une augmentation de leurs droits de licence, les compositeurs qui veulent une hausse de leurs droits d'auteur, les affiliées qui réclament davantage d'argent, les groupes ethnoculturels qui souhaitent que l'on reflète plus fidèlement leurs communautés, les musiciens qui exigent de meilleures garanties d'emploi, et tous ceux et celles qui veulent que l'on sous-titre davantage d'émissions à l'intention des malentendants.

Mais, par-dessus tout, ce n'est pas en disposant de moins d'argent que nous pourrions réaliser ce qui, de l'avis de tous, est l'objectif le plus important : canadianiser davantage notre système de télévision et utiliser pleinement le potentiel de la télévision pour contribuer à l'épanouissement culturel du Canada. Ce qui m'inquiète probablement le plus, c'est que, par inadvertance, nous soyons en train d'atrophier la radiotélévision publique telle que Radio-Canada la représente, alors que pour plusieurs ministres des Communications, le rapport Caplan-Sauvageau, le CRTC (lors du récent renouvellement des permis

d'exploitation de nos réseaux TV) et même pour votre Comité, Radio-Canada est perçue comme un élément crucial dans la réalisation de cet objectif.

Il faut dire, cependant, que malgré ce climat d'austérité, l'année qui vient de s'écouler a été marquée par des événements et des réalisations qui méritent d'être portées à votre attention. Celles-ci attestent la vigueur et la détermination du personnel de Radio-Canada et du talent canadien qui l'appuie, qui ont montré, encore une fois, qu'ils pouvaient accomplir un travail hors pair dans des conditions difficiles. Voici donc quelques réalisations des 12 derniers mois :

- La Société a réussi à négocier avec succès 25 importantes conventions collectives avec 17 groupements d'employés et d'artistes. Elle l'a fait en dépit des pressions inhabituelles déclenchées par plusieurs années de restrictions salariales dans le secteur public, alors qu'à toute fin pratique, les contrats étaient bloqués. Ces nouvelles conventions ont été négociées à une époque où les politiques du gouvernement et du CRTC l'obligeaient à collaborer davantage avec les producteurs privés et l'organisme gouvernemental Téléfilm, sujet qui préoccupe grandement nombre de syndicats de Radio-Canada.
- Les auditoires des émissions de radio et de télévision se sont accrus.

- La programmation télévisuelle canadienne s'est améliorée en quantité comme en qualité; d'ailleurs, le CRTC a pris la peine de souligner la performance de la Société dans ce domaine lors du renouvellement des permis de ses réseaux de télévision.
- Radio-Canada réalise ses émissions avec efficacité et à des prix compétitifs. Le Groupe de travail Caplan-Sauvageau a vérifié, puis réfuté, l'idée largement répandue selon laquelle les productions maison de Radio-Canada coûtent plus cher que des productions indépendantes comparables. À titre d'exemple, les 5½ heures hebdomadaires de téléromans du réseau français de Radio-Canada sont produites avec une efficacité impressionnante et attirent d'importants auditoires en échange de coûts de production minimes.
- La Société a assumé des rôles importants, tel celui de diffuseur-hôte à Expo 86, avec efficacité et en respectant les budgets impartis. Tout le Canada en a retiré du crédit. Les autorités publiques canadiennes et les diffuseurs étrangers publics et privés ont loué la maîtrise de Radio-Canada dans cette fonction.
- Radio-Canada a joué un rôle de premier plan dans la contribution du Canada à TV 5 - un service de télévision du satellite au câble en Europe - qui présente chaque semaine une soirée d'émissions canadiennes en français. La Société est l'un des principaux participants du consortium de diffuseurs publics et privés qui a récemment demandé à distribuer ce service au Canada.

- Radio-Canada a demandé au CRTC l'autorisation d'exploiter une chaîne exclusivement consacrée aux informations.
- La planification détaillée et l'appel d'offres d'un projet d'aménagement à usages multiples de très grande envergure et fort complexe, pour les installations de production de Radio-Canada à Toronto, ont été parachevés dans les délais. Les grands promoteurs qui ont répondu à l'appel d'offres ont reconnu le professionnalisme avec lequel ce projet est géré. Un appel d'offres a également été lancé pour l'aménagement d'une partie du site de la Maison de Radio-Canada à Montréal.
- Une nouvelle convention passée avec la station de télévision privée affiliée de Radio-Canada au Nouveau-Brunswick permettra pour la première fois aux téléspectateurs et téléspectatrices de cette région d'avoir accès au service complet du réseau anglais de Radio-Canada, sans imposer au public de coûts supplémentaires d'exploitation ni d'immobilisations.
- Par-dessus tout, c'est en distribuant chaque année, sans défaillance, et en respectant l'horaire, des centaines de milliers d'heures d'émissions dans les deux langues officielles et plusieurs langues autochtones, à des auditoires répartis sur une vaste étendue, par l'intermédiaire de six réseaux et du Service du Nord et grâce à un système de distribution utilisant des satellites, des micro-ondes et des émetteurs dans six fuseaux horaires - que

Radio-Canada témoigne le mieux de la qualité de sa gestion. Il s'agit là d'un exploit d'organisation industrielle qui peut sembler normal, mais mérite d'être reconnu.

À mon avis, ces faits, parmi d'autres, démontrent que Radio-Canada, compte tenu de son mandat, est tout aussi efficace que la plupart des entreprises privées ou des institutions gouvernementales. Considérés objectivement, ces faits contredisent également les clichés sur l'inefficacité de Radio-Canada, que l'on répète souvent par habitude, ou par dénigrement systématique de Radio-Canada en tant qu'institution.

Finalement, Monsieur le Président, nous avons tous constaté le travail fort impressionnant que votre Comité a accompli ces derniers temps dans le domaine de la radiotélévision. Je ne peux pas dire que je me sois toujours rallié à toutes ses conclusions, mais il faut reconnaître que la qualité et la quantité du travail du Comité témoignent avec éloquence de l'engagement et du dévouement de ses membres.

3A1
KC
-577



In Defence of Canadian Culture

Notes for an address by Pierre Juneau
President of the CBC

June 3, 1987

Association of Canadian Community Colleges
Hamilton

There is a substantial community of interest, of ideas, between educators and public broadcasters. Indeed, the basic prescription for the CBC as set out in the Broadcasting Act is that it should provide "... a balanced service of information, enlightenment and entertainment..." This strikes me as a goal that many educators might well identify with, perhaps with a little less emphasis on the entertainment aspect. I expect this to be particularly true in Canadian community colleges, where general education courses fulfill an important complementary role to career goals and are indispensable for the education of the whole person.

We are also, both of us, in the vanguard of cultural development. Education is the bedrock of cultural identity. In most countries, broadcasting, like education, has been considered from the start as a public service of fundamental importance to the well-being of the people. It has been a primary means of encouragement and expression. Broadcasting has had the responsibility to give people the opportunity to express themselves in whatever medium seems appropriate, to know each other and to make their voices heard amid the clamour of

continental and international influences which increasingly compete for their attention. It has provided a most important forum to debate the issues affecting their society - an essential element of democracy.

Walter Lippmann expressed this very succinctly at a time when there was yet no television: "If the country is to be governed with the consent of the governed", he said, "then the governed must arrive at opinions about what their governors want them to consent to. They do this by hearing on radio and reading in the newspapers what the corps of correspondents tell them what is going on in Washington, in the country at large, and in the world."

Inevitably our minds have been focussed on this issue by the on-going trade negotiations with the United States. In a perverse way, the very fact that our continental neighbours have such difficulty grasping why Canadians are so sensitive about cultural matters and why we get so worked up about them has made us try to define our own position more clearly. That is to our advantage. Because whether or not culture figures in the trade negotiations, we owe it to ourselves to articulate clearly what we mean by cultural identity.

I have spent some time and delivered a number of speeches on this topic during the last couple of years, as have several others. What I would like to try to do today is to synthesize some of these reflections.

The first question to address is "What is culture and what does culture do?"

In his famous Notes Towards the Definition of Culture, T.S. Eliot states that culture

"... includes all the characteristic activities and interests of a people: Derby Day, Henley Regatta, Cowes, the twelfth of August, a cup final, the dog races, the pin table, the dart board, Wensleydale cheese, boiled cabbage cut in sections, beetroot in vinegar, nineteenth-century Gothic churches and the music of Elgar."

A similar approach is presented by T.H.B. Symons, who says that culture

"... is an expression of our individual values, an affirmation of our differing heritages and points of view.

... the totality of language, heritage and belief ...or even the sum total of how one lives and what one values.

... the arts and letters of a society: its music, dance, theatre, writing, painting, sculpture, handicrafts and so on - all the fine and performing arts."

A.N. Whitehead, in his book Science and The Modern World, examines what role culture performs, and places particular importance on diversity among nations. He says:

"A diversification among human communities is essential for the provision of the incentive and material for the odyssey of the human spirit. Other nations of different habits are not enemies: they are godsend. Men require of their neighbours something sufficiently akin to be understood, something sufficiently different to provoke attention, and something great enough to command admiration."

Northrop Frye, in Divisions on a Ground, makes a similar point in examining Canada's relationship with the U.S.:

"It is of immense importance to the United States itself that there should be other views of the human occupation of this continent, rooted in different ideologies and different historical traditions. And it is of immense importance to the world that a country which used to be at the edge of the earth and is now a kind of global Switzerland, surrounded by all the world's great powers, should have achieved the repatriating of its culture. For this is essentially what has happened in the last twenty years, in all parts of Canada; and what was an inarticulate space on a map is now responding to the world with the tongues and eyes of a matured and disciplined imagination."

Canadian policy has traditionally adopted a very broad definition of culture. Because of our brittle sense of nationhood, culture and identity have become somewhat synonymous. For example, the Report of the Royal Commission on Bilingualism and Biculturalism put it this way:

"Culture is a way of being, thinking, and feeling. It is a driving force animating a significant group of individuals united by a common tongue, and sharing the same customs, habits, and experiences."

My view is that culture is what a country says to itself, and about itself, to others, whatever the technique of expression may be: theatre, film and television, novels, recorded entertainment, painting, architecture or ballet.

It is what makes a people interesting, worthy of attention by the rest of the world. It is how the people of a country express their dreams and hopes, and how they talk about their past and their future. It is what they care about.

Like life itself it is infinitely diverse and constantly evolving. The identity of a country is, of course, expressed by the behaviour, style and works of individuals or groups of individuals. Not by the definition of government. It is the result of a process, not of a definition. That is why in our tradition, which is also the British tradition, governments are expected to establish broad frameworks for the facilitation of cultural expression by the people; however, they must not get involved in content or style.

Culture is, of course, the conservation and appreciation of past accomplishments, but it is also innovation, creation. It is sovereignty of the mind. It is what makes one nation equal to another, not in riches, perhaps, but in dignity.

At a time when there is to be more and more economic and military interdependence, and possibly more free trade, on this continent and in the world, culture lies at the very heart of political sovereignty. There can be no political sovereignty, therefore no authority over our own lives, our own future, without cultural autonomy and vitality.

Culture is the ability, and ultimately the art, of expressing identity, knowledge, meaning and aspirations. Identity is not only the capacity to produce goods, to buy and sell and to defend oneself against one's enemies, although all these are fundamentally important. Identity is personality. Culture is consciousness and the ability to invent and to describe, articulate, structure and modulate ideas and emotions with words, sounds, colours, movements, stories, songs, images.

The cultural industries - publishing, recording, film making, broadcasting - have extended and expanded the techniques of production and, perhaps most of all, vastly multiplied audiences for the symbols of our identity.

To be unduly worried about Canadians listening to foreign music or watching American movies or television programs would be silly. Remarks such as "Canadians are not going to lose their identity because they watch Dallas or Three's Company" are equally silly.

Of course, Canadians will not lose their identity because they occasionally watch Miami Vice. They know it's unimportant.

On the other hand, to pretend that cultural industries or Canadian broadcasting or indeed the CBC are unimportant borders on stupidity which Webster amusingly describes as "... extreme dullness of perception or understanding; insensibility; sluggishness; lack of wit."

Would anybody seriously argue that CBC radio and television, as well as theatre and music, made no contribution to the Quiet Revolution in Quebec? In fact many informed observers would argue that the CBC was the single most important factor. You may remember, for instance, that changes in educational thinking and systems in Quebec were a result of the Quiet Revolution and probably not an important cause of it - except for certain remarkable educational institutions like the School of Social Sciences founded by Father Lévesque at Laval. The Quebec Department of Education was created after 1960, the date usually mentioned as the beginning of the Quiet Revolution.

After the war, the French network of the CBC became by far the most important forum where all the important issues of Quebec society were debated.

The power of radio and television to reach the public is incredible: one symphony concert or opera or serious play on the English and on the French television networks of the CBC can mean an audience of one or even two million Canadians, from all across the country, including isolated households and villages which never get to see such performances. The equivalent of 10 or 20 million Americans.

Add CBC English and French radio and there is another three or four hundred thousand.

Concert halls and theatres are of course indispensable, but it would take years to reach as many Canadians by that method. Many would never be reached because of the incredible distances of our country, and the isolation of so many people.

And let us not forget the cost of attending the theatre: one evening at the opera, for one person, is about equal to the cost of the whole of the CBC in taxes for one person, for a year.

A Canadian feature film on the CBC French and English TV networks will easily reach three and sometimes even five million Canadians. This is a much larger audience than most Canadian or American feature films, shown in motion picture theatres, ever attain in Canada.

The Conference Centre in Ottawa can accommodate about four hundred spectators. When the CBC covers a conference of the first Ministers of Canada more than a million Canadians watch the discussions for one, two or three days on CBC television in English and French. If it's a political convention or election, the audience reached goes as high as six million.

Obviously, and fortunately, broadcasting is not the only institution that transmits ideas, values and cultural traditions in any given society. There are schools, universities, community colleges, theatres, newspapers, books, parents and leaders of all kinds.

Why not argue that none of these institutions is, of itself, indispensable? After all, all the others are there.

In the case of the CBC, however, one must point out that there is no other institution that speaks to all Canadians every day for some 15 hours, in English and in French, about themselves and the world, tells them stories, or shows them images through four national radio networks and two television networks.

Some people are not worried about the fact that almost all our film and television heroes and characters are imported from the United States. Perhaps this indicates a lack of imagination.

In Jean Anouilh's Joan of Arc, a character asks Joan, who surely did not lack bravery and courage, whether she was sometimes frightened in combat. Of course, she answers, only those without imagination are not afraid of danger.

Let me ask: What would people think if all our monuments, statues in public squares, our streets, and on the grounds of our legislatures represented mainly United States generals, and politicians? If all the portraits in public buildings, universities, colleges and schools featured American scholars and historical figures?

Yet in motion pictures and television imagery, this is precisely what is going on in Canada. Ninety-six per cent of the drama programs available on Canadian television represent the imaginary world of another people. A people we like, but a people with its own destiny, while we want to control ours.

Broadcasting is not just an element or section of culture, a fraction of culture. It is the most powerful manifestation or mirror of our culture.

By broadcasting I mean, of course, public broadcasting, because that is where the onus of responsibility lies. I don't excuse private broadcasters from all responsibility. They certainly have an obligation to do whatever they can to further cultural goals and perhaps to devote somewhat more of their profits to them than they have in the past. But the history and the present reality of Canadian broadcasting demonstrate without any doubt that it is public broadcasting that must carry the main responsibility for achieving our cultural and educational objectives.

The extent to which it already does so is made clear by some figures quoted in a recent report of the Parliamentary Committee on Communications and Culture. The Committee quoted some Statistics Canada data included in the Caplan-Sauvageau Report which indicate that, in conventional broadcasting, the CBC accounts for a very substantial majority of expenditures on Canadian programming. In the year ended August 31, 1985, the CBC spent \$540 million on Canadian television programming, while all private broadcasters combined spent \$292 million. If the provincial public broadcasters were included, the extent of dependence on the public sector to generate Canadian programming would be even greater. And it's not just that the CBC spent more. For that expenditure, we produced almost 30,000 hours of

national and regional television programming. More than 100,000 hours of radio programs were produced with a much smaller budget. If one were to exclude from these totals expenditures on Canadian news, information and sports programming, then the extent of dependence on the public sector would be even greater. Of total expenditures of \$278 million for children's, entertainment, and arts programming, the CBC accounted for \$203 million, or roughly \$3 out of every \$4 spent for this purpose. In children's programming alone, the CBC accounted for 93% of expenditures on Canadian programs. Private broadcasters spent just \$2 million.

That is why I am becoming concerned about what seems to be a tendency to downplay what the Broadcasting Act calls the paramountcy of public broadcasting. Maybe not in words but in reality. This is apparent from various decisions and attitudes including, in some instances, those of the CRTC. This isn't just a Canadian phenomenon; it's happening all over the world, despite the fact that more and more countries are coming face to face with the overwhelming influence and pervasiveness of the American entertainment industry.

It is particularly ironic that it should be happening in Canada, where all the statistics demonstrate that without a strong public broadcasting presence, this most powerful of all the instruments of cultural communication would be completely dominated by our neighbours to the South. And would have been long ago, had it not been for the existence of the CBC. Fortunately the recent report to the government by the Task Force on Broadcasting Policy, known as the Caplan-Sauvageau Report, was an important exception to this trend.

It is difficult to detect why this is happening. Certainly public broadcasting is expensive. I acknowledge that the almost \$880 million the CBC will receive this year from Parliament is a great deal of money. So, by the way, is the nearly \$35 billion which Canadians annually invest in education. But the responsibilities of the CBC established by Parliament and which the public and their elected representatives insist on - to provide national and regional services in radio and television in two languages distributed throughout the world's second largest country - are also great and diverse, particularly when they are undertaken in the most competitive atmosphere in the world.

As a result, perhaps there is a feeling that the job should be left to private enterprise. This, I believe, is a delusion, as great as if we made education a commercial enterprise in the hope of making it more efficient.

We must also remember that the importance of broadcasting to cultural development and the vital role of the public sector have inspired the policies of all Canadian governments over the years, both at the federal and provincial levels, whatever their political ideologies may have been.

The Aird report of 1932 which led to the creation of public broadcasting in Canada said: "We believe that broadcasting should be considered of such importance in promoting the unity of the nation that a subsidy by the Dominion government should be regarded as an essential aid to the general advantage of Canada..." R.B. Bennett echoed this view four years later in the debate which resulted in the founding of the CRBC, the predecessor of the CBC. Bennett said that "this country must be assured of complete Canadian control of broadcasting from Canadian sources. Without such control broadcasting can never be the agency by which national consciousness may be fastened and sustained and national unity still further strengthened..."

Radical words - one almost hesitates to use them today. But they are just as valid today as they were then. The Massey-Lévesque Commission felt that the system recommended by Aird "... has developed into the greatest single agency for national unity, understanding and enlightenment." The second Fowler Committee characterized the CBC as "...the most important single instrument for the development of a distinctive Canadian identity." The CRTC, in its 1974 network licence renewal, said that "a strong CBC is vital to the health of Canadian broadcasting which has been characterized as the central nervous system of Canadian nationhood..."

The 1983 government policy paper described the CBC as "... an essential instrument of Canadian cultural development..." Most recently the Report of the Caplan-Sauvageau Committee concluded that "... it is upon the CBC that we must rely for an abundance of compelling radio and television programs - by, for and about Canadians."

The legislation which created public broadcasting in Canada was introduced by a Conservative government and passed unanimously. The current Broadcasting Act, which was brought forward in 1968 by a Liberal government, was passed with only one dissenting voice. Provinces with political philosophies as disparate as those of Alberta, Ontario, Quebec and British Columbia have created educational television systems. We have a national film development corporation called Telefilm which invests in feature films and television programs. We have a national orchestra. We have the Canada Council which supports almost every form of cultural endeavour from major theatre companies to fledgling poets.

Here is where we differ from the United States, and perhaps broadcasting best illustrates that difference. The Canadian Broadcasting Act of 1968 speaks of the need to "safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada."

Most Americans seem to believe that market forces will bring about what they want their broadcast media to do for them. Canadians believe that broadcasting is a matter for collective concern and that the intervention of the state is indispensable to achieve national goals, and that it can be done without compromising individual or collective freedom. In this sense, Canadians tend to view cultural policy initiatives, particularly in broadcasting, not principally as a matter of economics but more in the way they view government involvement in health or education - as normal and beneficial.

However, as we move into what has become a world of information, an economy of information, as compared to the old manufacturing economy, many believe that cultural activities and creativity will be among the most important elements of our future economic prosperity.

For these reasons Canada, like many other countries, has chosen to support cultural industries and to create public cultural institutions. The political scientist Howard Lentner has written, "The public sector of Canadian life is the foundation of Canada's uniqueness." We believe that it creates more cultural choices, not fewer.

Canada, in fact, is part of a tradition of state involvement to which most other countries adhere. In world history, a goodly proportion of the known works of art - in painting, architecture,

music, ballet, opera, theatre and, more recently, in cinema and television - are the result of direct or indirect action by the state or the church. The United States is the conspicuous exception to this observation.

Let me conclude my remarks to you today, therefore, by expressing my profound faith in the vigour and distinctiveness of Canadian cultural values. By reiterating the centrality of cultural questions such as education, language and communications in Canadian history. And by celebrating the importance and contribution of the public sector to the culture of Canada, however defined.

And by quoting part of a recent speech given in the House of Commons by the Minister of Communications, the Honourable Flora MacDonald. She said "... we all recognize that the best of our culture is intangible. It is our ideas and our emotions that make us Canadians. It is the spirit that underlies all our acts, that causes us to declare allegiance to our native land in countless and even routine ways, day after day. It is our hopes and our aspirations, our way of doing things. It is our way of life. No government would dare to ignore, could ignore, these realities."



À la défense
de la culture canadienne

Notes pour une allocution de Pierre Juneau
Président de la Société Radio-Canada

1e 3 juin 1987

Association des collèges communautaires du Canada
Hamilton

Éducateurs et diffuseur public ont sans nul doute énormément d'intérêts et d'idées en commun. En effet, l'exigence de base de la Société Radio-Canada, à savoir "... être un service équilibré qui renseigne, éclaire et divertisse ..." ainsi que le stipule la Loi sur la radiodiffusion, me paraît être un but auquel bien des enseignants pourront facilement s'identifier, avec peut-être un peu moins d'insistance sur l'aspect divertissement. Cela devrait être tout particulièrement le cas dans les collèges communautaires canadiens, où les cours d'études générales offrent un complément important à la formation professionnelle et sont indispensables à l'éducation de la personne dans son ensemble.

Nous sommes également, vous et nous, à l'avant-garde de l'évolution culturelle. L'éducation est le fondement de l'identité culturelle. Et dans la plupart des pays du monde, la radiotélédiffusion, tout comme l'éducation, a toujours été considérée comme un service public d'une grande importance pour le bien-être des gens. Principal moyen d'encouragement et d'expression, elle a la responsabilité de donner aux gens l'occasion de s'exprimer dans le médium qui leur semble approprié, de se connaître les uns les autres et de se faire entendre dans la clameur des voix

continentales et internationales qui se font une concurrence de plus en plus féroce. Elle offre une tribune des plus importante pour le débat des questions qui intéressent la société, et constitue, en fait, un élément essentiel de la démocratie.

Walter Lippmann avait très bien résumé tout cela à une époque où la télévision n'existait pas encore : "s'il faut que le pays soit dirigé avec le consentement des gouvernés, disait-il, alors ceux-ci doivent savoir à quoi les gouvernants veulent qu'ils consentent. Ils se font une opinion en écoutant à la radio et en lisant dans les journaux les comptes-rendus des journalistes sur ce qui se passe à Washington, au pays en général et dans le monde".

Les négociations sur le libre-échange qui ont lieu en ce moment avec les États-Unis nous ont inévitablement forcés à nous interroger à ce sujet. Du fait même que nos voisins sur ce continent éprouvent une telle difficulté à comprendre pourquoi les Canadiens se préoccupent tant de questions culturelles, et pourquoi celles-ci soulèvent autant de passion chez-nous, nous avons dû nous efforcer de définir notre propre position avec plus de clarté. Nous avons tout à y gagner. Car, que la culture fasse partie ou non de ces négociations, nous nous devons d'énoncer clairement ce que nous entendons par identité culturelle.

J'ai consacré bien du temps et quelques discours à ce sujet au cours des deux dernières années, comme bien d'autres d'ailleurs. Aujourd'hui, j'aimerais résumer certaines de mes réflexions.

La première question à laquelle il nous faut répondre est la suivante : qu'est-ce que la culture et quels sont ses effets?

Dans ses célèbres "Notes Towards the Definition of Culture", T.S. Eliot dit que la culture

"... recouvre tout ce qu'il y a comme activités et intérêts caractéristiques d'un peuple : la journée du Derby, les régates de Henley, celles de Cowes, le 12 août, les finales de football, les courses de chiens, les quilles sur table, le jeu de fléchettes, le fromage de Wensleydale, le chou bouilli servi en portions, les betteraves au vinaigre, les églises gothiques du 19^e siècle et la musique d'Elgar". [Traduction]

Notre compatriote T.H.B. Symons adopte une approche semblable lorsqu'il définit la culture comme

"... une expression de nos valeurs individuelles, une affirmation de nos héritages et points de vue différents.

... la totalité du langage, de l'héritage et de la croyance : ou même la somme totale de la façon dont nous vivons et de ce que nous estimons précieux.

... les arts et lettres d'une société : sa musique, sa danse, son théâtre, ses écrits, sa peinture, sa sculpture, son artisanat et ainsi de suite - tous les beaux arts et les arts d'interprétation".

A.N. Whitehead examine le rôle de la culture dans son livre intitulé "Science and the Modern World" et fait surtout ressortir l'importance de la diversité des peuples. Il dit ceci :

"La diversification des collectivités humaines est essentielle pour offrir l'incitation et de la substance à l'Odyssée de l'esprit humain. Les pays qui ont des habitudes différentes ne sont pas des ennemis : ils sont en vérité des bienfaits de la Providence. L'être humain a besoin que son voisin soit suffisamment semblable à lui pour qu'il puisse le comprendre, suffisamment différent pour s'intéresser à lui, et suffisamment extraordinaire pour pouvoir l'admirer." [Traduction]

Northrop Frye, dans "Divisions on a Ground", abonde dans le même sens lorsqu'il se penche sur les relations du Canada avec les États-Unis :

"Il est d'une importance capitale pour les États-Unis eux-mêmes qu'il existe d'autres points de vue sur l'occupation humaine de ce continent, des points de vue qui ont leurs racines dans des idéologies différentes et dans des traditions historiques distinctes. Et il est d'une importance capitale pour le monde qu'un pays qui, à une certaine époque, se situait aux confins de la terre, et qui est à présent une sorte de Suisse plus globale, entouré des grandes puissances du monde, ait réalisé le rapatriement de sa culture. Car cela est essentiellement ce qui s'est produit au cours des vingt dernières années, dans toutes les parties du Canada; et ce qui avait été un espace sans voix sur la carte a enfin commencé à réagir au monde avec les accents et les regards d'une imagination mûre et disciplinée."
[Traduction]

De tous temps, la politique canadienne a retenu une définition très vaste de la culture. À cause de notre caractère national incertain, culture et identité sont devenues presque synonymes. La Commission royale d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme, par exemple, disait ceci dans son rapport :

"La culture est une manière globale d'être, de penser, de sentir; c'est un ensemble de moeurs et d'habitudes, c'est aussi une expérience commune; c'est enfin un dynamisme propre à un groupe qu'unit une même langue."

Selon moi, la culture est ce qu'un pays se dit à lui-même, et dit de lui-même aux autres, quel que soit le mode d'expression : le théâtre, le cinéma et la télévision, les romans, le disque, la peinture, l'architecture ou le ballet.

C'est tout ce qui rend un peuple intéressant et lui vaut l'attention du reste du monde. C'est sa façon d'exprimer ses rêves et ses espoirs, et de parler de son passé et de son avenir. C'est ce qui lui tient à coeur.

Comme la vie elle-même, la culture est infiniment variée et constamment en évolution. L'identité culturelle d'un pays est bien sûr exprimée dans les attitudes, le style et les réalisations des individus ou des groupes. Il ne s'agit pas d'une définition imposée par un gouvernement, mais plutôt du résultat d'un phénomène. C'est pourquoi selon notre tradition, qui est aussi la tradition britannique, les gouvernements créent ordinairement des structures globales pour faciliter l'expression culturelle du peuple sans s'occuper du contenu ni du style.

La culture, c'est évidemment la conservation et l'appréciation des choses du passé, mais c'est également l'innovation et la création. C'est la souveraineté de l'esprit; c'est ce qui rend les pays égaux entre eux, peut-être pas en biens matériels, mais certainement en dignité.

À une époque où l'interdépendance économique et militaire est destinée à s'accroître, et que le commerce est en passe de devenir de plus en plus libre, sur ce continent et dans le reste du monde, la culture est au coeur même de la souveraineté politique. Sans autonomie et vitalité culturelles, nous ne pouvons donc avoir de souveraineté politique, c'est-à-dire de pouvoir sur nos propres vies et sur notre avenir.

La culture, c'est la capacité et, en dernier ressort, l'art d'exprimer l'identité, le savoir, la pensée et les aspirations. L'identité n'est pas simplement la capacité de produire des biens, d'acheter et de vendre, ou de se défendre contre les ennemis, bien que tout ceci soit fondamentalement important. L'identité, c'est la personnalité. La culture, c'est la conscience et la capacité d'inventer et de décrire, d'exprimer, de structurer et de moduler des idées et des émotions à l'aide de mots, de sons, de couleurs, de mouvements, de récits, de chants, d'images.

Les industries culturelles -- l'édition, le disque, le cinéma, la radiotélévision -- ont élargi et amélioré leurs techniques de production et, ce qui est peut-être le plus important, multiplié énormément les auditoires des symboles de notre identité.

Il serait ridicule de s'inquiéter outre mesure de ce que les Canadiens écoutent de la musique étrangère, regardent des émissions télévisuelles ou des films américains. Mais dire que "les Canadiens ne vont pas perdre leur identité parce qu'ils regardent Dallas ou Three's Company" est tout aussi ridicule.

Bien sûr, les Canadiens ne perdront pas leur identité en regardant de temps en temps Miami Vice. Ils savent que ce n'est pas important.

Mais, par contre, prétendre que les industries culturelles, que la radiotélévision canadienne, et plus précisément Radio-Canada, n'ont aucune importance frise la stupidité dont le dictionnaire donne cette amusante définition : "qui est atteint d'une sorte d'inertie mentale, dont rien ne semble pouvoir éveiller l'intelligence ou la sensibilité".

Quelqu'un pourrait-il sérieusement prétendre que la radio et la télévision de Radio-Canada, comme le théâtre et la musique, n'ont pas joué un rôle dans la Révolution Tranquille au Québec? En fait, bien des observateurs informés soutiennent que Radio-Canada en a été le facteur le plus important. Ainsi, vous vous rappelerez peut-être que les changements dans le domaine de l'éducation au Québec, tant aux niveaux de la pensée que du système scolaire proprement dit, ont été beaucoup plus une conséquence de la Révolution Tranquille que sa cause, sauf pour quelques rares institutions de haut savoir comme l'École des sciences sociales de l'Université Laval fondée par le père Georges-Henri Lévesque. La création du ministère de l'Éducation du Québec est postérieure à 1960, année généralement considérée comme marquant le début de la Révolution Tranquille.

Au lendemain de la guerre, Radio-Canada constituait, de loin, la principale tribune pour discuter des grandes questions québécoises.

Le pouvoir d'attrait de la radio et de la télévision est énorme : que les réseaux français et anglais de Radio-Canada télévisent un concert symphonique, un opéra ou une pièce de théâtre, et voilà un auditoire de un ou même deux millions de Canadiens de partout au pays, y compris des foyers et villages isolés où l'on n'a jamais l'occasion de voir de tels spectacles. Soit l'équivalent de 10 ou 20 millions d'Américains.

Rajoutez à cela la radio française et anglaise de Radio-Canada, et vous obtenez trois ou quatre cent mille personnes de plus.

Les salles de concerts et les théâtres sont évidemment indispensables, mais il leur faudrait des années pour atteindre autant de monde. Et bien des Canadiens ne verraient jamais de spectacles, ne serait-ce qu'en raison des distances énormes et de l'isolement de tant de gens.

Et il ne faut pas négliger non plus le prix du billet d'entrée. Le coût d'une place à l'opéra représente à peu près ce qu'une personne paie par an, en impôts, pour l'ensemble des services de Radio-Canada.

Un long métrage canadien, présenté aux réseaux de télévision français et anglais de la Société, atteint facilement trois et parfois jusqu'à cinq millions de Canadiens. Or, un long métrage, qu'il soit canadien ou américain, obtient rarement, sinon jamais, un auditoire aussi vaste dans les salles de cinéma du Canada.

Le Centre des conférences à Ottawa peut recevoir environ 400 personnes. Lorsque Radio-Canada couvre une conférence des premiers ministres, plus d'un million de Canadiens suivent les débats durant un, deux ou trois jours à la télévision française et anglaise. Et lorsqu'il s'agit d'un congrès politique ou d'élections, ce chiffre peut grimper jusqu'à six millions.

Bien entendu, la radio et la télévision ne sont heureusement pas les seules à transmettre les idées, les valeurs et les traditions culturelles dans une société. Il y a les écoles, les universités, les théâtres, les journaux, les livres, les parents et les dirigeants de toute sorte.

On pourrait très bien prétendre qu'aucun de ces éléments n'est, en soi, indispensable. Après tout, les autres sont là.

Dans le cas de Radio-Canada, toutefois, il faut bien reconnaître qu'il n'existe aucune autre institution qui s'adresse quotidiennement à tous les Canadiens durant une quinzaine d'heures, en français et en anglais, pour leur parler d'eux-mêmes et du monde, leur présenter des récits ou leur montrer des images, sur quatre réseaux de radio et deux réseaux de télévision nationaux.

Certains ne s'inquiètent pas particulièrement du fait que presque tous nos films et nos héros et personnages de télévision soient importés des États-Unis. Peut-être cela indique-t-il un manque d'imagination.

Dans Jeanne d'Arc de Jean Anouilh, un personnage demande à Jeanne, qui n'a certes jamais manqué d'audace ni de courage, si elle a parfois peur au combat. Bien entendu, répond-elle, il n'y a que ceux qui manquent d'imagination qui n'ont pas peur du danger.

Mais que penserait-on si les monuments, les statues que l'on voit dans nos rues et devant nos parlements représentaient surtout des généraux et politiciens américains? Si dans nos immeubles publics, nos universités, nos collèges et nos écoles, l'on ne trouvait que des portraits d'universitaires et de personnages historiques américains?

Pourtant, c'est précisément ce qui se passe au cinéma et à la télévision au Canada. Quatre-vingt-seize pour cent des dramatiques offertes à la télévision canadienne de langue anglaise représentent l'imaginaire d'un

autre peuple. Un peuple que nous aimons bien, mais qui a sa propre destinée alors que nous voulons maîtriser la nôtre.

La radiotélévision n'est pas juste un élément ou une branche, une fraction de la culture. C'est la manifestation la plus puissante, le miroir de notre culture.

Par radiotélévision j'entends, bien sûr, la radiotélévision publique car c'est surtout sur elle que repose la responsabilité. Je ne dégage pas les diffuseurs privés de toute responsabilité. Ils ont certainement l'obligation de faire leur possible pour promouvoir des objectifs culturels et peut-être de leur consacrer un peu plus de leurs bénéfices que jusqu'à présent. Mais du début à l'heure actuelle, l'histoire de la radiotélévision canadienne révèle sans nul doute que c'est au secteur public qu'incombe, en premier lieu, la responsabilité de réaliser nos objectifs en matière de culture et d'éducation.

Certains chiffres cités récemment dans le rapport du Comité parlementaire sur les communications et la culture indiquent à quel point le secteur public assume déjà ce rôle. Le Comité a relevé certaines données de Statistique Canada qui figurent dans le rapport Caplan-Sauvageau et qui démontrent que parmi les télédiffuseurs conventionnels, Radio-Canada est de loin l'organisme qui consacre le plus d'argent à la programmation canadienne. Au cours de l'année terminée le 31 août 1985, la Société Radio-Canada a consacré 540 millions de dollars à la production d'émissions de télévision canadiennes, alors que les radiodiffuseurs privés ont dans l'ensemble déclaré des dépenses de 292 millions de dollars à ce poste. Si l'on englobait dans les données les radiodiffuseurs publics provinciaux, on constaterait que la production d'émissions canadiennes est encore plus tributaire du secteur public. Mais le fait que Radio-Canada ait dépensé davantage n'est pas tout. Avec cet argent, nous avons produit près de 30 000 heures d'émissions télévisuelles nationales et régionales. Et avec un budget bien moins important, nous avons produit plus de 100 000 heures d'émissions de radio.

Et si l'on exclut de ces totaux les dépenses au titre des émissions canadiennes de nouvelles et de sports, la dépendance vis-à-vis du secteur public s'accroît encore. Sur des dépenses totales de 278 millions de dollars pour la production d'émissions pour enfants et d'émissions à caractère artistique, la SRC a dépensé à elle seule 203 millions de dollars, soit environ 75 pour cent de cette somme. Au seul chapitre des émissions pour enfants, la SRC a consacré 93 pour cent des sommes dépensées à des émissions canadiennes. Les radiodiffuseurs privés n'y ont consacré que deux millions.

C'est pour cela que je m'inquiète de plus en plus de ce qui a l'air d'être une tendance à rabaisser ce que la Loi sur la radiodiffusion appelle la primauté de la radiodiffusion publique. On ne va peut-être pas jusqu'à le dire, mais les faits sont là. Cette tendance se manifeste dans certaines décisions et attitudes, dont celles, parfois, du CRTC. D'ailleurs ce phénomène n'est pas propre au Canada : on le retrouve partout dans le monde, bien que de plus en plus de pays aient à se défendre contre une industrie du divertissement américaine dont l'influence grandissante s'infiltré partout.

Mais il est particulièrement ironique de constater cette tendance au Canada, alors que toutes les statistiques prouvent que sans la présence d'une radiotélévision publique forte, ce moyen de communication culturelle le plus puissant de tous serait totalement dominé par nos voisins. Il le serait depuis longtemps déjà, si ce n'était de l'existence de Radio-Canada. Heureusement, le rapport que le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a présenté récemment au gouvernement, le Rapport Caplan-Sauvageau, faisait une exception notoire à cette tendance.

Il est difficile de comprendre pourquoi il en va ainsi. Bien sûr, la radiotélévision publique coûte cher. Je ne nie pas que les 880 millions de dollars que Radio-Canada recevra cette année du Parlement représentent une somme d'argent considérable. Tout comme, d'ailleurs, les 35 milliards de

dollars ou presque que les Canadiens investissent chaque année dans l'éducation. Mais les responsabilités que le Parlement a imposées à Radio-Canada et auxquelles le public et ses élus tiennent - assurer des services régionaux et nationaux de radio et de télévision en deux langues, et les distribuer dans un des pays les plus vastes du globe - sont également fort exigeantes et multiples, notamment lorsqu'il faut les assumer dans un des milieux les plus compétitifs au monde.

Il en ressort peut-être le sentiment qu'il vaudrait mieux laisser la tâche au secteur privé. Mais cela, à mon sens, est un leurre. Ce serait comme si l'on faisait de l'éducation une entreprise commerciale dans l'espoir d'améliorer son efficacité.

Il ne faut pas oublier que l'importance de la radiotélévision pour le développement culturel et le rôle vital du secteur public dans ce domaine ont inspiré des politiques à tous les gouvernements canadiens qui se sont succédés, à la fois au niveau fédéral et provincial, quelles qu'aient été leurs idéologies politiques.

Dans son rapport de 1932 qui devait entraîner la création de la radiodiffusion publique au Canada, la Commission Aird déclarait : "Nous croyons qu'il faudrait reconnaître l'importance de la radiodiffusion dans la promotion de l'unité de la nation, au point de considérer l'octroi d'une subvention du gouvernement comme une aide essentielle dont l'ensemble du Canada pourrait profiter..." R.B. Bennett reprenait cette idée, quatre ans plus tard, dans un débat qui devait résulter dans la fondation de la Commission canadienne de la radiodiffusion, prédécesseur de Radio-Canada. Bennett disait alors que "ce pays doit avoir le contrôle total de la radiodiffusion de sources canadiennes. Sans un tel contrôle la radiodiffusion ne pourra jamais être cette agence mettant en valeur et maintenant la conscience nationale, et renforçant l'unité nationale..."

Ce sont là des paroles radicales que l'on hésite presque à citer aujourd'hui, mais qui sont autant de rigueur aujourd'hui qu'à l'époque. La

Commission Massey-Lévesque estimait que le système recommandé par Aird "...était devenu le plus grand facteur d'unité, de compréhension et d'éducation nationales". La deuxième Commission Fowler décrivait Radio-Canada comme "...un instrument d'une importance unique que nous possédons pour le développement et le maintien de l'unité au Canada". Le CRTC, en décidant de renouveler les permis de réseau, en 1974, affirmait : "Il est essentiel pour la santé du système de radiodiffusion au Canada que la Société Radio-Canada soit vigoureuse. Certains ont défini la radiodiffusion comme le système nerveux du pays..."

Plus récemment, dans son énoncé de politique de 1983, le gouvernement décrivait Radio-Canada comme "...un outil essentiel du développement culturel canadien..." Et le Comité Caplan-Sauvageau concluait dans son rapport que l'on voudra voir Radio-Canada "comme une corne d'abondance de captivantes émissions de radio et de télévision canadiennes tous azimuts".

La loi qui a créé l'organisme public de radiodiffusion au Canada, c'est-à-dire la Société Radio-Canada, fut proposée par un gouvernement conservateur et votée à l'unanimité. La loi actuelle sur la radiodiffusion, qui remonte à 1968, a été votée avec une seule voix dissidente. Des provinces dont les gouvernements ont des philosophies politiques aussi divergentes que l'Alberta et l'Ontario, le Québec et la Colombie-Britannique ont créé des systèmes de télévision éducative. Nous sommes dotés d'une société nationale de développement de l'industrie du film, connue sous le nom de "Téléfilm Canada", qui investit dans les longs métrages et les émissions de télévision. Nous avons un orchestre national; un Conseil des arts du Canada qui appuie presque toutes les formes d'activité culturelle - des plus grandes troupes de théâtre aux plus jeunes poètes en herbe.

C'est là que nous différons des États-Unis, et la radiotélédiffusion en est peut-être le meilleur exemple. La Loi sur la radiodiffusion de 1968 parle de la nécessité de "sauvegarder, enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada".

La plupart des Américains semblent croire que les forces du marché inciteront les médias électroniques à leur donner satisfaction. Nous croyons que la radiotélévision est une question d'intérêt collectif et que l'intervention de l'État est parfois nécessaire pour réaliser des objectifs nationaux, sans menacer les droits individuels ou collectifs. Dans ce sens, les Canadiens sont portés à envisager l'intervention de l'État en matière de culture, en radiodiffusion entre autres, de la même façon qu'ils envisagent cette intervention dans les domaines de la santé et de l'éducation, comme un phénomène normal et profitable à la population, non comme une question de gros sous.

Quoi qu'il en soit, alors que nous entrons dans ce qui est devenu un monde de l'information, une économie de l'information, si l'on compare avec la traditionnelle économie de fabrication, nombreux sont ceux qui pensent que l'activité et la créativité culturelles seront parmi les éléments les plus importants de notre future prospérité économique.

Le Canada, à l'instar de nombreux autres pays, a choisi d'aider ses industries culturelles, et de créer des institutions publiques dans ce domaine. Comme l'écrivait le politicologue Howard Lentner, "le secteur public de la vie canadienne est le fondement du caractère unique du Canada". Nous pensons qu'il élargit nos choix culturels plutôt que de les restreindre.

Le Canada fait partie d'une tradition d'intervention de l'État à laquelle adhèrent la plupart des autres pays. Depuis toujours, partout dans le monde, une forte proportion des oeuvres d'art connues -- dans le domaine de la peinture, de l'architecture, de la musique, du ballet, de l'opéra, du théâtre et, depuis plus récemment, du cinéma et de la télévision -- sont le résultat d'actions directes ou indirectes de l'État ou de l'Église. Les États-Unis sont la seule grande exception à la règle.

Permettez-moi donc de conclure mes remarques devant vous aujourd'hui, en affirmant que je crois profondément à la vigueur et au caractère distinct des valeurs culturelles canadiennes. En réitérant l'importance primordiale de questions culturelles comme l'éducation, la langue et les communications dans l'histoire du Canada. Et en rendant hommage à la grande contribution du secteur public à la culture au Canada, quelle que soit la définition retenue.

J'aimerais également citer un extrait du récent discours prononcé par l'Honorable Flora Macdonald, ministre des Communications, à la Chambre des communes. Elle disait "...ce sont nos idées et nos émotions qui font que nous sommes Canadiens. C'est l'esprit qui sous-tend tous nos actes, qui nous fait déclarer allégeance à notre terre natale d'innombrables façons, même routinières, maintes et maintes fois, jour après jour. Ce sont nos espoirs et nos aspirations, notre façon de faire les choses. C'est notre façon de vivre. Nul gouvernement n'oserait, ne pourrait, ne pas tenir compte de ces réalités".



Statement by Pierre Juneau,
President of the
Canadian Broadcasting Corporation
to the CRTC Public Hearing
to consider the renewal of the
radio network licences of the CBC

October 13, 1987

MR. CHAIRMAN, MEMBERS OF THE COMMISSION. WITH YOUR PERMISSION, I WOULD LIKE TO SPEND JUST A FEW MINUTES BRINGING YOU UP TO DATE IN A GENERAL WAY ON THE PROGRESS OF THE CBC RADIO IN THE 1980s -- BUT I WOULD FIRST LIKE TO INTRODUCE YOU TO MY COLLEAGUES FROM THE BOARD OF DIRECTORS WHO ARE APPEARING WITH ME TODAY AND WHO WILL ALSO BE ADDRESSING YOU. I ALSO WANT TO INTRODUCE MY COLLEAGUES FROM CBC MANAGEMENT.

(INTRODUCTIONS)

DURING THE COURSE OF THIS MORNING I WILL BE CALLING ON THE VICE-PRESIDENTS OF THE ENGLISH AND FRENCH NETWORKS TO GIVE YOU A DETAILED ACCOUNTING OF OUR PAST ACTIVITIES AND OUR ASPIRATIONS. I WILL ASK THE DIRECTOR OF RADIO CANADA INTERNATIONAL TO REPORT TO YOU ON DEVELOPMENTS IN RCI AND ON THE PARTICULAR CONCERNS OF THE SERVICE THAT ARISE FROM ITS DISTINCTIVE ROLE. AND I WILL ASK OUR CO-ORDINATOR OF THE PORTRAYAL OF WOMEN TO REPORT TO YOU ON OUR PROGRESS IN AN AREA OF SOCIAL CONCERN THAT AFFECTS ALL OF OUR PROGRAMMING.

I WILL ALSO CALL UPON BILL ARMSTRONG TO OUTLINE OUR CURRENT AND PROJECTED FINANCIAL POSITION. WE WILL WISH, OF COURSE, TO DISCUSS THE CONSTRAINTS WE FACE IN REALIZING OUR ASPIRATIONS -- AND WE WILL EXAMINE, WITH YOU, THE CBC'S PLAN FOR 1988-89 AND THE FOLLOWING TWO YEARS WHICH OUR BOARD OF DIRECTORS APPROVED ABOUT TWO WEEKS AGO. OUR CORPORATE PLAN, AS YOU KNOW, HAD TO BE SENT TO THE MINISTER AND TO THE TREASURY BOARD FOR THE 1st OF OCTOBER. AS USUAL, YOU HAVE RECEIVED A COPY.

MAY I IMMEDIATELY CALL ON THE CO-OPERATION OF MY COLLEAGUES FROM THE CBC'S BOARD OF DIRECTORS. THEIR POSITION AS PUBLICLY APPOINTED GOVERNORS OF THE CBC'S ACTIVITIES PROVIDES THEM WITH A UNIQUE PERSPECTIVE ON THE AFFAIRS OF PUBLIC BROADCASTING -- AND AN APPRECIATION THAT, I THINK, IS HIGHLY RELEVANT TO THESE PROCEEDINGS.

LET ME FIRST CALL ON MR. BRIAN ARMSTRONG:

MR. ARMSTRONG:

IT IS ALMOST NINE YEARS TO THE DAY, MR. CHAIRMAN, SINCE THE CORPORATION AND THE COMMISSION LAST SAT DOWN TO TALK ABOUT CANADA'S NATIONAL PUBLIC RADIO SYSTEM.

THESE HEARINGS PROVIDE A VERY WELCOME OPPORTUNITY FOR THE CBC TO HEAR AND RESPOND TO THE OPINIONS, QUESTIONS AND CONCERNS OF THE COMMISSION, VARIOUS INTEREST GROUPS, AND INDIVIDUAL CITIZENS. PARTICULARLY IN MATTERS OF THE CBC'S PROGRAMMING AND ITS PROVISION OF PUBLIC RADIO SERVICE TO CANADIANS -- AND I WISH HERE TO STRONGLY UNDERLINE THE CONCEPT OF PUBLIC SERVICE -- THESE HEARINGS ARE OUR SINGLE MOST IMPORTANT FORUM OF PUBLIC ACCOUNTABILITY.

IN THAT REGARD, MY COLLEAGUES ON THE BOARD AND I HAVE BEEN MOST GRATIFIED TO NOTE THAT THERE HAVE BEEN SO MANY PUBLIC INTERVENTIONS TO THESE HEARINGS -- SOME SEVEN HUNDRED AND SIXTY SIX, I'M TOLD. THAT NUMBER ALONE INDICATES THE VALUE CANADIANS PLACE OF THEIR PUBLIC RADIO SERVICE, IN FRENCH AND IN ENGLISH -- AND ON THE PROCESS THAT ALLOWS THEM, IN AN OPEN FORUM, TO CONTRIBUTE THEIR IDEAS, THEIR CRITICISM AND, HAPPILY, THEIR SUPPORT TO THE DEVELOPMENT OF PUBLIC BROADCASTING IN CANADA.

WE ARE PARTICULARLY PLEASED, I SHOULD NOTE, THAT SO MANY OF THESE INTERVENTIONS -- THE VAST MAJORITY, IN FACT -- ARE POSITIVE IN NATURE. EVEN THOSE THAT CONTAIN CRITICISM ARE AT PAINS TO OFFER REASONED SUGGESTIONS FOR IMPROVEMENT; AND THEY SERVE TO EMPHASIZE HOW MUCH CANADIANS CARE ABOUT WHAT WE DO.

THE NATURE OF THESE PROCEEDINGS REINFORCES ANOTHER CRITICAL COMPONENT OF OUR SYSTEM; NAMELY, THE "ARM'S LENGTH RELATIONSHIP" BETWEEN THE PUBLIC BROADCASTER AND THE GOVERNMENT OF THE DAY.

SINCE PUBLIC BROADCASTING BEGAN IN THIS COUNTRY, THE NEED FOR "DISTANCE" BETWEEN POLITICIANS AND GOVERNMENT OFFICIALS ON THE ONE HAND, AND BROADCASTERS ON THE OTHER, HAS BEEN RECOGNIZED AND, I MIGHT ADD, THE CONCEPT HAS BEEN CONTINUALLY SUPPORTED AND REAFFIRMED. CLEARLY, BOTH THE FACT AND THE APPEARANCE OF FREEDOM FROM PARTISAN INFLUENCE ON THE MEDIA ARE ENTWINED IN THE VERY ROOTS OF ANY DEMOCRACY.

AT THE SAME TIME, THE PUBLIC BROADCASTER MUST BE FULLY ACCOUNTABLE TO THE PUBLIC IT SERVES -- ACCOUNTABLE FOR THE WAYS IN WHICH IT BRINGS PUBLIC RESOURCES TO BEAR ON THE MANDATE IT HAS BEEN GIVEN.

I CAN ASSURE YOU, MR. CHAIRMAN AND MEMBERS OF THE COMMISSION, THAT WE ON THE BOARD OF THE CBC ARE IMMENSELY SENSITIVE TO THE IMPLICATIONS OF THE ARM'S LENGTH RELATIONSHIP IN TERMS OF THE RESPONSIBILITY IT PLACES ON THE CORPORATION.

AND ON THAT NOTE, MR. CHAIRMAN, LET ME TURN THE MICROPHONE OVER TO MY COLLEAGUE FROM QUEBEC CITY, MRS. MARIA COULONVAL-MASSON.

MRS. COULONVAL-MASSON:

THANK YOU, MR. ARMSTRONG. MR. CHAIRMAN, I WOULD LIKE TO REITERATE THE IMPORTANCE WE PLACE ON THIS HEARING PROCESS AND TO NOTE THAT, AS FAR AS I AM AWARE, THIS IS THE FIRST TIME THAT THE COMMISSION HAS UNDERTAKEN TO CONSIDER THE RENEWAL OF RADIO NETWORK LICENCES SEPARATELY FROM TELEVISION. I AM PARTICULARLY PLEASED ABOUT THAT. TOO OFTEN, I'M AFRAID, WE ARE ALL SO PREOCCUPIED WITH THE ISSUES AND PROBLEMS OF TELEVISION THAT RADIO SOMETIMES GETS LESS ATTENTION THAN IT DESERVES.

YET, TODAY, RADIO IS CRITICALLY IMPORTANT AS A DAILY SOURCE OF INFORMATION AND ENTERTAINMENT. DURING AN AVERAGE WEEK, RADIO SERVICES, BOTH PUBLIC AND PRIVATE, REACH 95 PER CENT OF CANADIANS, WHO EACH SPEND SOMETHING IN THE ORDER OF 20 HOURS TUNED IN TO AN ARRAY OF NEWS AND SPORTS PROGRAMS, TALK SHOWS AND MUSICAL OFFERINGS THAT RANGE FROM THE CLASSICS TO "GOLDEN OLDIES" TO HEAVY METAL.

WE'RE ALTERNATELY EXCITED, EDUCATED AND ENTERTAINED BY A MEDIUM THAT HAS BECOME SUCH AN INTEGRAL PART OF OUR DAILY LIVES -- SUCH A CONSTANT COMPANION -- THAT WE ALMOST TAKE IT FOR GRANTED!

BUT, WHATEVER PART RADIO MAY PLAY IN OUR PRIVATE LIVES, IT HAS NEVER BEEN TAKEN FOR GRANTED BY THE CBC. NOR HAS THE IMPORTANCE OF RADIO -- PARTICULARLY PUBLIC RADIO -- BEEN OVERLOOKED IN THE POLITICAL LIFE OF OUR NATION.

IN 1932, PRIME MINISTER R.B. BENNETT ARGUED FOR THE ACCEPTANCE OF THE CONCEPT THAT ONLY PUBLIC OWNERSHIP CAN "ENSURE TO THE PEOPLE OF THIS COUNTRY, WITHOUT REGARD TO CLASS OR PLACE, EQUAL ENJOYMENT OF THE BENEFITS OF RADIO BROADCASTING".

A NATIONAL BROADCASTING PLAN BASED ON THIS PRINCIPLE WOULD, BENNETT BELIEVED, "PERMIT CANADA TO ENJOY A SCHEME OF RADIO BROADCASTING UNEXCELLED IN ANY OTHER COUNTRY IN THE WORLD".

I BELIEVE, ALONG WITH MILLIONS OF OTHER CANADIANS, THAT BENNETT'S FERVENT DESIRE HAS BEEN MET.

CBC'S RADIO SERVICES ENJOY A WELL-EARNED REPUTATION FOR EXCELLENCE, BOTH AT HOME AND ABROAD. DOMESTICALLY, THE FRENCH AND ENGLISH SERVICES ARE AVAILABLE TO VIRTUALLY EVERY CANADIAN.

AND WITH RESPECT TO FRENCH RADIO, WITH ONLY A COUPLE OF EXCEPTIONS, THE CBC PROVIDES THE ONLY SERVICE TO FRANCOPHONES LIVING BEYOND THE IMMEDIATE ENVIRONS OF THE PROVINCE OF QUEBEC. SIMPLY PUT, PRIVATE FRENCH RADIO IS BARELY VIABLE IN THE REST OF THE COUNTRY -- MOST ESPECIALLY IN THE WESTERN PROVINCES. THERE, THE CONCENTRATIONS OF FRANCOPHONE LISTENERS ARE SMALL AND SCATTERED AND, EVEN WITH ADDITIONAL SUBSIDIES FROM THE CBC AND THE SUPPORT OF PUBLIC SUBSCRIPTIONS IN QUEBEC, THE ORIGINAL PRIVATE CBC AFFILIATES IN THE WEST COULD NOT BE MAINTAINED. THOSE STATIONS ARE NOW OWNED AND OPERATED BY THE CBC.

TODAY, THEREFORE, CBC RADIO OUTSIDE QUEBEC FUNCTIONS NOT ONLY AS AN INFORMATION AND ENTERTAINMENT SERVICE, BUT AS A CULTURAL LIFELINE FOR THESE LISTENERS.

THAT CONTRIBUTION TO THE PROMOTION OF FRENCH CULTURE AND, ULTIMATELY, TO THE UNIQUENESS OF OUR NATION, CANNOT BE UNDERESTIMATED.

THANK YOU FOR ALLOWING ME THIS OPPORTUNITY TO ADDRESS YOU TODAY -- AND, NOW, LET ME RETURN THE FLOOR TO MR. JUNEAU.

MR. JUNEAU:

THANK YOU MRS. MASSON AND MR. ARMSTRONG.

ABOUT A YEAR AGO, MR. CHAIRMAN, WE CELEBRATED THE FIFTIETH ANNIVERSARY OF THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION. IN A VERY REAL SENSE, THOUGH, WE CELEBRATED THE FIFTIETH ANNIVERSARY OF CBC RADIO.

RADIO REALLY IS "THE SENIOR SERVICE" IN THE CANADIAN PUBLIC BROADCASTING SYSTEM. WHEN TELEVISION BROADCASTING WAS INSTITUTED IN THE EARLY 1950s, THERE WAS CONCERN FOR THE FUTURE OF RADIO -- BUT RADIO HAS SURVIVED THE THREAT OF TELEVISION, AND GONE ON TO BECOME EVEN STRONGER THAN IT WAS BEFORE TV. RADIO HAS FOUND NEW WAYS OF REACHING OUT TO AUDIENCES; NEW WAYS OF EXPLOITING TECHNOLOGY; NEW WAYS OF ADDRESSING CANADIAN ISSUES, SHOWCASING THE VARIED ASPECTS OF CANADIAN CULTURE, SUPPORTING CANADIAN TALENT, AND REFLECTING CANADIANS TO THEMSELVES.

AND, WHILE WE ARE HERE TO SEEK THE RENEWAL OF OUR NETWORK LICENCES, WE WOULD BE SERIOUSLY REMISS IF WE DID NOT RECOGNIZE THE KEY ROLE PLAYED BY THE REGIONAL AND LOCAL COMPONENTS OF OUR SYSTEM -- BY CONTRIBUTING TO THE NETWORKS AND BY MAKING THE CBC'S RADIO SERVICES MEANINGFUL AND RELEVANT TO LISTENERS IN EVERY PART OF THE COUNTRY.

TRADITIONALLY, CBC RADIO HAS HAD A CENTRAL NATION-BUILDING ROLE IN CANADA. A FORMER VICE-CHAIRMAN OF YOUR COMMISSION, AND A LONG-TIME CBC WRITER AND PROGRAMMER, HARRY BOYLE, ONCE DESCRIBED CBC RADIO AS "THE SINGLE GREATEST AGENT FOR SOCIAL CHANGE IN CANADA". ONE OF THE FOUNDERS OF PUBLIC RADIO IN THIS COUNTRY, THE LATE GRAHAM SPRY, PUT IT THIS WAY:

"RADIO BROADCASTING IS NOT TO BE CONSIDERED OR DISMISSED AS A BUSINESS ONLY. IT IS NO MORE A BUSINESS THAN THE PUBLIC SCHOOL SYSTEM, THE RELIGIOUS ORGANIZATIONS, OR THE VARIED LITERARY, MUSICAL AND SCIENTIFIC ENDEAVOURS OF THE CANADIAN PEOPLE. IT IS A PUBLIC SERVICE. IT IS A NATIONAL SERVICE."

THOSE WORDS ARE AS TRUE TODAY AS WHEN THEY WERE FIRST UTTERED. ALONE IN NORTH AMERICA, THE CBC MAINTAINS A THRIVING AND VITAL NATIONAL RADIO SERVICE -- AND ONE WHICH, EVEN MORE IMPORTANTLY, IS THE SINGLE MOST CANADIAN OF THE BROADCAST MEDIA.

IN OUR SUBMISSION TO THE TASK FORCE ON BROADCASTING POLICY, WE LISTED THE ACHIEVEMENTS OF CBC RADIO. THAT LIST, MR. CHAIRMAN, MAKES UP IN ACCURACY WHAT IT MAY LACK IN MODESTY.

WE SAID THAT THE CBC RADIO SERVICE:

- . IS THE ONLY RADIO SERVICE OFFERING A DAILY MIX OF NATIONAL, REGIONAL AND LOCAL PROGRAMMING OF ALL KINDS IN A BALANCE THAT REFLECTS THE CONCERNS AND PERCEPTIONS OF CANADIANS THROUGHOUT A VAST AND VARIED SOCIAL AND GEOGRAPHIC LANDSCAPE.
- . OUR FRENCH AND ENGLISH NETWORKS ARE ALONE IN THEIR PRODUCTION OF DRAMA AND LITERATURE -- DAILY DRAMA IN THE CASE OF THE ENGLISH SERVICE.
- . CBC RADIO ALONE PRODUCES NATIONAL NEWSCASTS AND NATIONAL CURRENT AFFAIRS PROGRAMMING WITH THE PARTICIPATION OF ALL PARTS OF CANADA.

- . CBC RADIO IS THE ONLY RADIO SERVICE COMMITTED TO DEVELOPING AND PRESENTING THE FULL SPECTRUM OF CANADIAN MUSICAL LIFE 24 HOURS A DAY, PRODUCING AND BROADCASTING MORE CLASSICAL RECORDINGS FEATURING CANADIAN MUSICIANS THAN ANYONE ELSE.
- . AND, MR. CHAIRMAN, AS MRS. MASSON HAS EMPHASIZED, CBC PROVIDES VIRTUALLY THE ONLY RADIO VOICE TO FRANCOPHONE LISTENERS OUTSIDE THE PROVINCE OF QUEBEC.

IN OUR SUBMISSION TO THE TASK FORCE, WE WENT ON TO TOUCH ON THE CONSEQUENCES OF THOSE ACHIEVEMENTS:

- . WITHOUT CBC RADIO, WE SAID, THE ORCHESTRAS AND OPERA COMPANIES OF THIS COUNTRY WOULD SELDOM BE HEARD OUTSIDE THEIR HOME REGIONS.
- . WITHOUT CBC RADIO, JAZZ, FOLK, AND CLASSICAL MUSICIANS WOULD NEVER HAVE THE NATIONAL RADIO EXPOSURE THAT ENSURES ATTENTION AND CAREER OPPORTUNITY; THE REGIONAL FOLK HISTORY OF THE COUNTRY -- THE SONGS AND STORIES OF OUR HERITAGE -- MIGHT NEVER REACH NATIONAL AUDIENCES.
- . WITHOUT CBC RADIO, DISTINCT REGIONS OF THE COUNTRY WOULD NOT RECEIVE A BALANCE OF PERFORMANCE AND INFORMATION PROGRAMMING THAT REFLECTS PARTICULAR REGIONAL NEEDS AND RELATES NATIONAL EVENTS TO SPECIFIC REGIONAL INTERESTS.

IN SHORT, WE BELIEVE THAT CBC RADIO FULLY MEETS THE MANDATE GIVEN TO THE NATIONAL, PUBLIC BROADCASTER IN THE BROADCASTING ACT -- AND, I SHOULD ADD, IT DOES SO FAR MORE ECONOMICALLY AND EFFICIENTLY THAN ANY OTHER MEDIUM. LATER IN OUR PRESENTATION, YOU WILL BE REMINDED THAT RADIO REPRESENTS A RELATIVELY SMALL PER CAPITA COST. IT WORKS OUT TO ABOUT \$ 8.67 PER YEAR FROM EACH CANADIAN CITIZEN FOR ALL DOMESTIC SERVICES, INCLUDING LOCAL AND REGIONAL AS WELL AS NETWORK PROGRAMMING.

TOGETHER, THE NETWORK AND REGIONAL SERVICES BROADCAST A TOTAL OF 115 THOUSAND HOURS OF PROGRAMS EACH YEAR. THAT TRANSLATES TO AN AVERAGE COST OF LESS THAN TWO THOUSAND DOLLARS PER HOUR OF AIR TIME.

AND, DURING ANY GIVEN WEEK, NEARLY FOUR MILLION CANADIANS TUNE IN TO THOSE PROGRAMS.

IT ALL ADDS UP TO A VERY ATTRACTIVE RATE OF RETURN ON A RELATIVELY MODEST CULTURAL INVESTMENT.

NOW LET ME DIGRESS, FOR A MOMENT, TO REVISIT THE RECENT HISTORY OF OUR RADIO SERVICES. WHEN WE LAST APPEARED BEFORE THIS COMMISSION TO RENEW OUR RADIO NETWORK LICENCES, WE WERE STILL VERY MUCH IN THE THROES OF WHAT HAS COME TO BE KNOWN AS THE "RADIO REVOLUTION" AT THE CBC.

I SAID EARLIER THAT CBC RADIO HAD "SURVIVED THE THREAT OF TELEVISION" AND EVEN EMERGED REVITALIZED BY THE CHALLENGE. THAT'S QUITE TRUE -- BUT, OF COURSE, IT DIDN'T HAPPEN OVERNIGHT.

WHEN TELEVISION CAME ALONG, RADIO AT FIRST WAS FORCED INTO SOMETHING OF A REACTIVE STANCE. FROM BEING A MAINSTREAM SERVICE, IT RETREATED INTO A MORE SPECIALIZED ROLE: FILLING IN THE GAPS, IF YOU WILL, THAT TV AND THE PRIVATE BROADCASTERS LEFT BEHIND.

ARGUABLY, HOWEVER, IT RETREATED TOO FAR AND, IN THE PROCESS LOST SOME OF THE RELEVANCY IT HAD LONG ENJOYED.

HENCE, THE "RADIO REVOLUTION". BEGINNING IN ABOUT 1970, WE SET OUT TO RECAPTURE THAT LOST TERRITORY. WE RESPONDED TO THE NEW LISTENING PATTERNS OF A NATION THAT, BY THEN, WAS FIRMLY IN THE GRIP OF TELEVISION'S PRIME TIME -- AND WE CAPITALIZED ON THE PERIODS WHEN RADIO COULD BEST SERVICE ITS MANY PUBLICS. WE MOVED TO SCHEDULING OUR SERVICES IN LARGER BLOCKS, CREATING NEW, DAILY, REGIONAL PROGRAMS FOR THE CRITICAL WEEKDAY MORNING, NOON AND AFTERNOON PERIODS. WE INVENTED EXCITING NEW FORMS OF INFORMATION PROGRAMMING AND GAVE FRESH PROMINENCE TO PERFORMANCE PROGRAMMING.

AND, IN AGREEMENT WITH THE CRTC, WE REMOVED COMMERCIAL ADVERTISING FROM OUR RADIO SERVICES, MAKING THEM EVEN MORE DISTINCT FROM THEIR COMPETITORS.

IN THE PROCESS, WE HAVE MANAGED TO ACHIEVE WHAT WE BELIEVE IS A GOOD BALANCE BETWEEN PROGRAMS WHICH APPEAL TO A BROAD CROSS-SECTION OF CANADIANS OF DIFFERENT AGES, TASTES AND INTERESTS; AND PROGRAMS WHICH MEET MORE SPECIALIZED NEEDS WHICH ARE NOT SATISFIED BY OTHER MEDIA.

IT IS A DELICATE BALANCING ACT. IF WE WERE TO CATER ONLY TO LARGE GENERAL AUDIENCES, WE WOULD HAVE TO ASK OURSELVES HOW WE COULD JUSTIFY BEING PUBLICLY FUNDED. BUT IF WE WERE TO SERVE ONLY SMALL SPECIAL-INTEREST GROUPS, WE WOULD NO LONGER BE RELEVANT TO A SIGNIFICANT PROPORTION OF THE POPULATION WHOSE TAX DOLLARS WE SPEND.

IN THE OVERVIEW, HOWEVER, THE CHALLENGE FACING CBC RADIO IS QUITE DIFFERENT FROM WHAT IT WAS FIFTY OR EVEN TEN YEARS AGO. IT IS ALSO DIFFERENT FROM THE CHALLENGE FACING CBC TELEVISION.

THE PRIMARY CHALLENGE FOR RADIO IS TO MAINTAIN WHAT HAS ALREADY BEEN ACCOMPLISHED . . . RATHER THAN BEING FORCED TO WATER IT DOWN, OR EVEN DISMANTLE IT, BECAUSE OF LACK OF FUNDS.

AS I'M SURE YOU WON'T BE SURPRISED TO LEARN, THIS IS A THEME WHICH WE WILL DEVELOP AT SOMEWHAT GREATER LENGTH DURING THE COURSE OF OUR PRESENTATION TODAY.

HOWEVER -- DESPITE OUR WELL-KNOWN FINANCIAL CONSTRAINTS -- PUBLIC RADIO IN CANADA CONTINUES TO DISCHARGE THE SAME ESSENTIAL NATIONAL FUNCTIONS FOR WHICH IT WAS CREATED MORE THAN FIFTY YEARS AGO. IT DOES SO IN AN ENVIRONMENT OF INCREASING FRAGMENTATION AND COMPETITION FOR THE TIME AND ATTENTION OF ITS LISTENERS, AS WELL AS INCREASING FINANCIAL CHALLENGES. IT DOES SO BY EXPLOITING THE INTRINSIC QUALITIES OF THE RADIO MEDIUM: IMMEDIACY, FLEXIBILITY, PORTABILITY, AND ECONOMY OF SCALE.

WHEN WE APPEARED BEFORE YOU IN 1978, BILL ARMSTRONG, WHO WAS THEN MANAGING DIRECTOR OF ENGLISH RADIO, MADE SOME OBSERVATIONS WHICH I THINK BEAR REPEATING. WITH BILL'S PERMISSION, I'D LIKE TO SHARE THEM WITH YOU NOW.

"EVERYONE REMEMBERS THE GOLDEN AGE OF RADIO. THERE WAS A GOLDEN AGE OF MASS ENTERTAINMENT -- BUT IT WAS LARGELY AMERICAN. THERE WAS A GOLDEN AGE OF NEWS COVERAGE DURING WORLD WAR TWO -- YET TODAY OUR NEWS COVERAGE IS VASTLY SUPERIOR TO THE FIFTEEN MINUTES PER DAY OF THAT PERIOD. THERE WAS A GOLDEN AGE OF CANADIAN DRAMA AFTER THE WAR -- BUT WE PRODUCE MORE DRAMA NOW THAN WE DID THEN. THERE WAS A GOLDEN AGE OF CANADIAN SERIOUS MUSIC IN THE SIXTIES -- YET WE ARE RECORDING AND BROADCASTING MORE CANADIAN CLASSICAL MUSIC TODAY THAN AT ANY OTHER TIME IN OUR HISTORY. THERE WERE GOLDEN AGES OF VARIETY, OF DOCUMENTARY, OR CRITICISM -- YET WHAT WE DO NOW DWARFS OUR PREVIOUS OUTPUT IN ALL THESE CATEGORIES -- AND IS HEARD BY MORE PEOPLE THAN EVER BEFORE".

SINCE 1978, MR. CHAIRMAN, CBC HAS IMPROVED ACROSS THE BOARD. IN SHORT, IT IS CLOSER NOW TO THE REAL GOLDEN AGE OF RADIO THAN IT HAS EVER BEEN.

CBC RADIO HAS BEEN CALLED "CANADA'S GREATEST INVENTION," AND "THE BEST PUBLIC RADIO SYSTEM IN THE WORLD". CANADIANS REAP ITS BENEFITS EVERY DAY. IT IS A SOURCE OF INTERNATIONAL PRIDE AND PRESTIGE FOR THIS COUNTRY.

THE "RADIO REVOLUTION" GAVE US THE IMPETUS WE NEEDED FOR THE '80s -- IT LAID THE FOUNDATIONS.

OUR TASK NOW IS TO PRESERVE AND STRENGTHEN THIS UNIQUE AND PRECIOUS CANADIAN INSTITUTION: TO BUILD PROUDLY ON ITS PAST TRADITIONS, TO SHAPE BOLDLY ITS FUTURE VISION, AND TO ENSURE THAT IT CONTINUES TO RESPOND TO RAPIDLY CHANGING PRESENT CIRCUMSTANCES.

MR. CHAIRMAN AND MEMBERS OF THE COMMISSION, I HAVE TRIED IN THE LAST FEW MINUTES TO INTRODUCE SOME OF THE MAJOR THEMES WHICH WE WOULD LIKE TO DEVELOP IN OUR PRESENTATION TO YOU TODAY. TO EXPAND ON THOSE THEMES, I'M GOING TO CALL NOW ON THE VICE-PRESIDENTS OF OUR ENGLISH AND FRENCH NETWORKS -- MICHAEL MCEWEN AND JEAN BLAIS. FIRST, MICHAEL MCEWEN.



Exposé de Pierre Juneau,
président de la
Société Radio-Canada,
à l'audience publique du CRTC
pour le renouvellement
des licences des réseaux
de radio de la Société

Le 13 octobre 1987

M. LE PRÉSIDENT, MEMBRES DU CONSEIL, PERMETTEZ-MOI DE PRENDRE QUELQUES MINUTES POUR VOUS RAPPELER, DE FAÇON GÉNÉRALE, LES PROGRÈS RÉALISÉS PAR LA RADIO DE RADIO-CANADA DEPUIS LE DÉBUT DES ANNÉES 80 -- MAIS J'AIMERAI AUPARAVANT VOUS PRÉSENTER MES COLLÈGUES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION QUI M'ACCOMPAGNENT AUJOURD'HUI ET QUI VOUS ADRESSERONT ÉGALEMENT LA PAROLE. JE DÉSIRE ÉGALEMENT VOUS PRÉSENTER MES COLLÈGUES DE L'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA.

AU COURS DE LA MATINÉE, JE FERAİ APPEL AUX VICE-PRÉSIDENTS DES RÉSEAUX FRANÇAIS ET ANGLAIS POUR VOUS PRÉSENTER UN COMPTE-RENDU DÉTAILLÉ DE NOS ACTIVITÉS PASSÉES ET DE NOS ASPIRATIONS. JE DEMANDERAI A LA DIRECTRICE DE RADIO CANADA INTERNATIONAL DE FAIRE RAPPORT SUR LES ACTIVITÉS DE SON SERVICE ET SUR LES PRÉOCCUPATIONS DÉCOULANT DE SON RÔLE PARTICULIER. JE DEMANDERAI ÉGALEMENT A NOTRE COORDINATRICE DE L'IMAGE DE LA FEMME A L'ANTENNE DE VOUS FAIRE UN RAPPORT SUR LES PROGRÈS QUE NOUS AVONS RÉALISÉS DANS UN DOMAINE D'INTÉRÊT SOCIAL QUI A DES RÉPERCUSSIONS SUR TOUTES NOS ÉMISSIONS.

JE CÈDERAI AUSSI LA PAROLE A BILL ARMSTRONG POUR QU'IL VOUS EXPOSE LA SITUATION FINANCIÈRE ACTUELLE AINSI QUE NOS PRÉVISIONS. NOUS DISCUTERONS DES DIFFICULTÉS AUXQUELLES NOUS NOUS HEURTONS DANS LA RÉALISATION DE NOS ASPIRATIONS ET NOUS EXAMINERONS AVEC VOUS LES PLANS DE LA SOCIÉTÉ POUR 1988-1989 ET POUR LES DEUX ANNÉES SUBSÉQUANTES QUI ONT ÉTÉ APPROUVÉES PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION IL Y A DEUX SEMAINES. NOTRE PLAN D'ENTREPRISE, COMME VOUS LE SAVEZ, DEVAIT-ÊTRE DÉPOSÉ AUPRÈS DU MINISTRE ET DU CONSEIL DU TRÉSOR POUR LE PREMIER OCTOBRE. COMME D'HABITUDE, VOUS EN AVEZ REÇU UNE COPIE.

PUIS-JE FAIRE APPEL MAINTENANT A MES COLLÈGUES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE RADIO-CANADA. A TITRE D'ADMINISTRATEURS PUBLIQUEMENT NOMMÉS, ILS ONT UNE PERSPECTIVE SPÉCIALE DE LA RADIOTÉLÉVISION PUBLIQUE -- ET UNE COMPRÉHENSION QUI, A MON AVIS, SERA DES PLUS UTILE POUR CES AUDIENCES.

MAIS VOICI D'ABORD M. BRIAN ARMSTRONG :

M. ARMSTRONG :

M. LE PRÉSIDENT, LA DERNIÈRE FOIS QUE LA SOCIÉTÉ ET LE CONSEIL SE SONT RÉUNIS POUR PARLER DU SYSTÈME DE RADIO PUBLIC AU CANADA REMONTE A NEUF ANS, PRATIQUEMENT JOUR POUR JOUR.

LES AUDIENCES D'AUJOURD'HUI OFFRENT UNE EXCELLENTE OCCASION A RADIO-CANADA DE PRENDRE CONNAISSANCE DES OPINIONS, QUESTIONS ET PRÉOCCUPATIONS DU CONSEIL, DES DIVERS GROUPES INTÉRESSÉS ET DE CITOYENS INDIVIDUELS, ET D'Y RÉPONDRE. EN CE QUI A TRAIT NOTAMMENT A LA PROGRAMMATION DE RADIO-CANADA ET A LA PRESTATION D'UN SERVICE DE RADIO PUBLIC AUX CANADIENS -- ET J'AIMERAIS ICI SOULIGNER PARTICULIÈREMENT LE CONCEPT DU SERVICE PUBLIC -- CES AUDIENCES SONT POUR NOUS LA PRINCIPALE TRIBUNE OÙ NOUS POUVONS RENDRE DES COMPTES AU PUBLIC.

A CET ÉGARD, MES COLLÈGUES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET MOI-MÊME AVONS CONSTATÉ AVEC BEAUCOUP DE SATISFACTION LE GRAND NOMBRE D'INTERVENTIONS PUBLIQUES QUI ONT EU LIEU EN MARGE DE CES AUDIENCES -- 766, ME DIT-ON. CE NOMBRE TÉMOIGNE A LUI SEUL DE L'IMPORTANCE QUE LES CANADIENS ACCORDENT A LEUR SERVICE DE RADIO PUBLIC, EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS, ET AU PROCESSUS QUI LEUR PERMET, DANS UN DÉBAT PUBLIC, DE SOUMETTRE LEURS IDÉES, LEURS CRITIQUES ET, HEUREUSEMENT, LEUR APPUI AU DÉVELOPPEMENT DE LA RADIODIFFUSION PUBLIQUE AU CANADA.

NOUS SOMMES PARTICULIÈREMENT HEUREUX DE CONSTATER QUE BON NOMBRE DE CES INTERVENTIONS -- EN FAIT LA GRANDE MAJORITÉ -- SONT POSITIVES. MÊMES CELLES QUI SE VEULENT DES CRITIQUES ONT BIEN DU MAL A OFFRIR DES SOLIDES SUGGESTIONS D'AMÉLIORATION, ET SERVENT A FAIRE RESSORTIR COMBIEN LES CANADIENS S'INTÉRESSENT A CE QUE NOUS FAISONS.

LA NATURE DE NOS DÉLIBÉRATIONS RENFORCE UN AUTRE ASPECT TRÈS IMPORTANT DE NOTRE SYSTÈME, A SAVOIR LA "RELATION D'INDÉPENDANCE" ENTRE LE DIFFUSEUR PUBLIC ET LE GOUVERNEMENT EN PLACE.

DÈS LES DÉBUTS DE LA RADIODIFFUSION PUBLIQUE DANS NOTRE PAYS, ON AVAIT RECONNU LA NÉCESSITÉ D'ÉTABLIR UNE CERTAINE "DISTANCE" ENTRE D'UN COTÉ : POLITICIENS ET LES OFFICIELS DU GOUVERNEMENT ET, DE L'AUTRE, LES DIFFUSEURS. POURAI-JE AJOUTER, CE CONCEPT A TOUJOURS ÉTÉ APPUYÉ ET CONSTAMMENT RÉAFFIRMÉ. CETTE PROTECTION, A LA FOIS APPARENTE ET RÉELLE, DE TOUTE INFLUENCE PARTISANE AU SEIN DES MÉDIAS EST INHÉRENTE A LA NOTION MÊME DE DÉMOCRATIE.

EN MÊME TEMPS, LE DIFFUSEUR PUBLIC SE DOIT DE RENDRE DES COMPTES AUX GENS QU'IL DESSERT SUR LA FAÇON DONT IL UTILISE LES DENIERS PUBLICS POUR RÉALISER LE MANDAT QUI LUI A ÉTÉ DÉVOLU.

JE PUIS VOUS ASSURER, M. LE PRÉSIDENT ET MESDAMES ET MESSIEURS LES MEMBRES DU CONSEIL, QU'AU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE RADIO-CANADA NOUS SOMMES EXTRÊMEMENT SENSIBLES AUX IMPLICATIONS DE CETTE "RELATION D'INDÉPENDANCE", -- PARCE QU'ELLE ACCORDE BEAUCOUP DE RESPONSABILITÉS A LA SOCIÉTÉ.

CECI DIT, M. LE PRÉSIDENT, J'AIMERAIS CÉDER LE MICRO A MA COLLÈGUE DE QUÉBEC, MME MARIA COULONVAL-MASSON.

MME COULONVAL-MASSON :

MERCI, M. ARMSTRONG. M. LE PRÉSIDENT, J'AIMERAIS RAPPELER D'ABORD COMBIEN NOUS ACCORDONS D'IMPORTANCE A CES AUDIENCES ET FAIRE REMARQUER QU'A MA CONNAISSANCE, C'EST LA PREMIÈRE FOIS QUE LE CONSEIL ENTREPREND D'EXAMINER LE RENOUVELLEMENT DES PERMIS D'EXPLOITATION DES RÉSEAUX DE RADIO SÉPARÉMENT DE LA TÉLÉVISION. J'EN SUIS PARTICULIÈREMENT HEUREUSE. TROP SOUVENT, NOUS NOUS PRÉOCCUPONS TANT DES QUESTIONS ET PROBLÈMES DE LA TÉLÉVISION QUE LA RADIO FINIT PAR RECEVOIR MOINS D'ATTENTION QU'ELLE N'EN MÉRITE.

OR AUJOURD'HUI LA RADIO EST EXTRÊMEMENT IMPORTANTE EN TANT QUE SOURCE QUOTIDIENNE D'INFORMATION ET DE DIVERTISSEMENT. AU COURS D'UNE SEMAINE MOYENNE, LES SERVICES RADIOPHONIQUES, PUBLICS ET PRIVÉS, REJOIGNENT 95 POUR CENT DES CANADIENS ET CANADIENNES, CHAQUE PERSONNE CONSACRANT UNE VINGTAINE D'HEURES A PEU PRÈS A TOUTE UNE GAMME D'ÉMISSIONS DE NOUVELLES ET DE SPORTS, D'INTERVIEW-VARIÉTÉS ET D'ÉMISSIONS MUSICALES QUI VONT DE LA MUSIQUE CLASSIQUE AUX VIEUX AIRS D'AUTREFOIS, EN PASSANT PAR LE "HEAVY METAL".

NOUS SOMMES TOUR A TOUR STIMULÉS, ÉDUQUÉS ET DIVERTIS PAR UN MÉDIA QUI FAIT A PRÉSENT PARTIE INTÉGRANTE DE NOS VIE QUOTIDIENNES -- UN FIDÈLE COMPAGNON -- AU POINT QUE NOUS LE TENONS POUR ACQUIS!

MAIS, QUELLE QUE SOIT LA PLACE DE LA RADIO DANS NOS VIES PRIVÉES, RADIO-CANADA NE L'A JAMAIS TENUE POUR ACQUISE. PAS PLUS QUE L'IMPORTANCE DE LA RADIO -- EN PARTICULIER LA RADIO PUBLIQUE -- N'A ÉTÉ SOUS-ESTIMÉE DANS LA VIE POLITIQUE DE NOTRE PAYS.

EN 1932, LE PREMIER MINISTRE R.B. BENNETT SOUTENAIT QUE SEULE LA PROPRIÉTÉ PUBLIQUE POUVAIT "ASSURER QUE LES GENS DE CE PAYS, QUELLE QUE SOIT LEUR CLASSE OU LEUR PLACE, AURONT LE MÊME ACCÈS AUX AVANTAGES DE LA RADIODIFFUSION".

SELON BENNETT, UN PLAN DE RADIODIFFUSION NATIONAL BASÉ SUR CE PRINCIPE DEVAIT "PERMETTRE AU CANADA DE BÉNÉFICIER D'UNE RADIODIFFUSION SANS ÉGALE AILLEURS AU MONDE".

J'ESTIME, TOUT COMME DES MILLIONS DE CANADIENS, QUE LE FERVENT DÉSIR DE BENNETT A ÉTÉ SATISFAIT.

LES SERVICES DE RADIO DE RADIO-CANADA JOUISSENT D'UNE EXCELLENTE RÉPUTATION, A LA FOIS AU CANADA ET A L'ÉTRANGER. AU PLAN INTÉRIEUR, LES SERVICES FRANÇAIS ET ANGLAIS SONT ACCESSIBLES A PRATIQUEMENT TOUS LES CANADIENS.

EN CE QUI A TRAIT A LA RADIO FRANÇAISE, RADIO-CANADA ASSURE, A QUELQUES RARES EXCEPTIONS PRÈS, LE SEUL SERVICE A LA PORTÉE DES FRANCOPHONES VIVANT AU-DELA DES ENVIRONS IMMÉDIATS DU QUÉBEC. EN UN MOT, UNE RADIO FRANÇAISE PRIVÉE N'A GUÈRE DE CHANCES DE RÉUSSIR DANS LE RESTE DU PAYS - ET PLUS PARTICULIÈREMENT DANS LES PROVINCES DE L'OUEST. LES AUDITEURS FRANCOPHONES Y SONT PEU NOMBREUX ET ÉPARPILLÉS ET, MALGRÉ LES FONDS SUPPLÉMENTAIRES OCTROYÉS PAR RADIO-CANADA ET L'AIDE DE CACMPAGNES DE SOUSCRIPTION EFFECTUÉES AU QUÉBEC, IL N'A PAS ÉTÉ POSSIBLE DE GARDER LES STATIONS PRIVÉES QUI, A L'ORIGINE, S'ÉTAIENT AFFILIÉES A RADIO-CANADA DANS L'OUEST. CES STATIONS APPARTIENNENT A PRÉSENT A RADIO-CANADA.

LA RADIO DE RADIO-CANADA A L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC SERT DONC AUJOURD'HUI NON SEULEMENT A INFORMER ET A DIVERTIR CES AUDITEURS, MAIS ÉGALEMENT A LEUR PROCURER UN LIEN CULTUREL VITAL.

NUL NE PEUT SOUS-ESTIMER CETTE CONTRIBUTION A LA PROMOTION DE LA CULTURE FRANCOPHONE ET, EN DERNIER RESSORT, AU CARACTÈRE UNIQUE DE NOTRE PAYS.

JE VOUS REMERCIE DE M'AVOIR DONNÉ L'OCCASION DE M'ADRESSER A VOUS AUJOURD'HUI -- ET JE PASSE MAINTENANT LE MICRO A M. JUNEAU.

M. JUNEAU :

MERCI MADAME COULONVAL-MASSON ET MONSIEUR ARMSTRONG.

IL Y A ENVIRON UN AN, M. LE PRÉSIDENT, NOUS AVONS CÉLÉBRÉ LE CINQUANTENAIRE DE LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA. MAIS SI L'ON VOULAIT ÊTRE VRAIMENT EXACT, IL FAUDRAIT DIRE QUE NOUS AVONS CÉLÉBRÉ LE CINQUANTIÈME ANNIVERSAIRE DE LA RADIO DE RADIO-CANADA.

LA RADIO EST EN FAIT LE SERVICE LE PLUS ANCIEN DU SYSTÈME DE RADIOTÉLÉVISION PUBLIC CANADIEN. LORSQUE LA TÉLÉ A VU LE JOUR AU DÉBUT DES ANNÉES 50, ON A CRAINT POUR L'AVENIR DE LA RADIO -- MAIS LA RADIO A SURVÉCU A LA MENACE DE LA TÉLÉVISION ET EST DEVENUE ENCORE PLUS PUISSANTE QU'AVANT LA TÉLÉVISION. ELLE A TROUVÉ DE NOUVELLES FAÇONS DE REJOINDRE LES AUDITOIRES; D'EXPLOITER LA TECHNOLOGIE; D'ABORDER LES QUESTIONS CANADIENNES; DE PRÉSENTER LES DIFFÉRENTS ASPECTS DE LA CULTURE D'ICI; DE FAVORISER L'ÉPANOUISSEMENT DU TALENT CANADIEN ET DE REPRÉSENTER LES CANADIENS A EUX-MÊMES.

ET BIEN QUE NOUS SOYONS ICI POUR DEMANDER LE RENOUVELLEMENT DE NOS PERMIS RÉSEAUX, CE SERAIT FAIRE PREUVE D'UNE GRANDE NÉGLIGENCE QUE DE PASSER SOUS SILENCE LE RÔLE CLÉ DES COMPOSANTES RÉGIONALES ET LOCALES DE NOTRE SYSTÈME -- ELLES CONTRIBUENT AUX RÉSEAUX ET PERMETTENT AUX SERVICES RADIOPHONIQUES DE RADIO-CANADA DE SE RAPPROCHER DES AUDITEURS DE TOUTES LES RÉIONS DU PAYS ET D'ÊTRE AINSI PLUS PERTINENTS POUR EUX.

LA RADIO DE RADIO-CANADA A, DEPUIS SA CRÉATION, CONTRIBUÉ A L'ÉDIFICATION DU PAYS. UN EX-VICE-PRÉSIDENT DE VOTRE CONSEIL, AUTEUR ET PROGRAMMATEUR DE LONGUE DATE A RADIO-CANADA ÉGALEMENT, HARRY BOYLE, A DIT UN JOUR DE LA RADIO DE RADIO-CANADA QU'ELLE ÉTAIT "LE FACTEUR DE CHANGEMENT SOCIAL LE PLUS PUISSANT AU CANADA". ET L'UN DES FONDATEURS DE LA RADIO PUBLIQUE DE NOTRE PAYS, GRAHAM SPRY, DÉCRIVAIT LES CHOSES EN CES TERMES :

"ON NE PEUT RÉDUIRE LA RADIODIFFUSION PUBLIQUE A UNE SIMPLE ENTREPRISE COMMERCIALE, PAS PLUS QUE LE SYSTÈME D'ÉDUCATION PUBLIC, LES ORGANISATIONS RELIGIEUSES OU LES DIVERS ORGANISMES LITTÉRAIRES, MUSICAUX ET SCIENTIFIQUES DU CANADA. IL S'AGIT D'UN SERVICE PUBLIC. D'UN SERVICE NATIONAL."

AUJOURD'HUI, CETTE AFFIRMATION N'A RIEN PERDU DE SA PERTINENCE. LA SOCIÉTÉ EST LA SEULE EN AMÉRIQUE DU NORD A EXPLOITER UN SERVICE DE RADIO AUSSI VITAL ET DYNAMIQUE -- UN SERVICE QUI, AVANT TOUTE CHOSE, EST LE MÉDIA ÉLECTRONIQUE LE PLUS CANADIEN.

DANS NOTRE PRÉSENTATION AU GROUPE DE TRAVAIL SUR LA POLITIQUE DE LA RADIODIFFUSION, NOUS AVONS FAIT ÉTAT DES GRANDES RÉALISATIONS DE LA RADIO DE RADIO-CANADA. CETTE LISTE, M. LE PRÉSIDENT, COMPENSE PAR SON EXACTITUDE CE QUI POURRAIT LUI MANQUER EN MODESTIE.

NOUS AVONS DIT DE LA RADIO :

- . QU'ELLE EST LE SEUL SERVICE DE RADIO OFFRANT UN MÉLANGE QUOTIDIEN D'ÉMISSIONS NATIONALES, RÉGIONALES ET LOCALES DE TOUTES SORTES CRÉANT UN ÉQUILIBRE QUI REFLÈTE LES PRÉOCCUPATIONS ET LES PERCEPTIONS DES CANADIENS DANS UN PAYSAGE SOCIAL ET GÉOGRAPHIQUE VASTE ET DIVERS.

- . QUE SES RÉSEAUX FRANÇAIS ET ANGLAIS SONT SEULS A PRODUIRE DES DRAMATIQUES ET DES ÉMISSIONS LITTÉRAIRES -- DRAMATIQUES QUOTIDIENNES DANS LE CAS DU SERVICE ANGLAIS.
- . QU'ELLE EST SEULE A PRODUIRE DES BULLETINS DE NOUVELLES NATIONAUX ET DES ÉMISSIONS D'ACTUALITÉS NATIONALES AVEC LA PARTICIPATION DE TOUTES LES RÉGIONS DU PAYS.
- . QU'ELLE EST LE SEUL SERVICE QUI ASSURE UN RAYONNEMENT A LA VIE MUSICALE CANADIENNE 24 HEURES SUR 24, EN PRODUISANT ET EN DIFFUSANT DAVANTAGE DE DISQUES CLASSIQUES DE MUSICIENS CANADIENS QUE QUICONQUE.

ET M. LE PRÉSIDENT, COMME MME COULONVAL-MASSON L'A FAIT REMARQUER, LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA EST A PEU PRÈS LA SEULE VOIX RADIOPHONIQUE QUI S'ADRESSE AUX AUDITEURS FRANCOPHONES VIVANT AU-DELA DES LIMITES IMMÉDIATES DE LA PROVINCE DU QUÉBEC.

DANS NOTRE PRÉSENTATION AU GROUPE DE TRAVAIL, NOUS AVONS ÉGALEMENT PARLÉ DES RÉPERCUSSIONS DE CES GRANDES RÉALISATIONS :

- . SANS LA RADIO DE RADIO-CANADA, AVONS-NOUS DIT, LES ORCHESTRES ET LES COMPAGNIES D'OPÉRA DE CE PAYS SERAIENT RAREMENT ENTENDUS EN DEHORS DE LEUR PROPRE RÉGION.

- . SANS LA RADIO DE RADIO-CANADA, LES MUSICIENS DE JAZZ, DE MUSIQUE FOLKLORIQUE ET DE MUSIQUE CLASSIQUE N'AURAIENT JAMAIS L'OCCASION DE SE FAIRE ENTENDRE A L'ÉCHELLE DU PAYS, CE QUI LEUR OUVRE DES PORTES ET FACILITE LEUR CARRIÈRE; NOTRE PATRIMOINE RÉGIONAL -- NOS CHANSONS ET NOS CONTES -- NE POURRAIT JAMAIS ATTEINDRE LES AUDITOIRES NATIONAUX.
- . SANS LA RADIO DE RADIO-CANADA, LES DIVERSES RÉGIONS DU PAYS NE RECEVRAIENT PAS UN ENSEMBLE ÉQUILIBRÉ D'ÉMISSIONS D'INFORMATION ET DE PRESTATIONS ARTISTIQUES QUI REFLÈTENT PLUS PARTICULIÈREMENT LES BESOINS RÉGIONAUX ET FONT LE PONT ENTRE LES ÉVÉNEMENTS NATIONAUX ET LES INTÉRÊTS PLUS PARTICULIERS DES RÉGIONS.

EN BREF, NOUS CROYONS QUE LA RADIO DE RADIO-CANADA RÉPOND PLEINEMENT AU MANDAT ATTRIBUÉ AU DIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL PAR LA LOI SUR LA RADIODIFFUSION -- ET J'AIMERAI AJOUTER QU'ELLE LE FAIT DE FAÇON BEAUCOUP PLUS ÉCONOMIQUE ET EFFICACE QUE TOUT AUTRE MÉDIA. PLUS TARD DANS NOTRE PRÉSENTATION, NOUS VOUS RAPPELLERONS QUE LA RADIO PRÉSENTE UN COÛT PAR TÊTE RELATIVEMENT FAIBLE. ELLE CORRESPOND A ENVIRON 8,67 \$ PAR AN POUR CHAQUE CITOYEN CANADIEN, POUR TOUS LES SERVICES NATIONAUX, Y COMPRIS LES ÉMISSIONS LOCALES ET RÉGIONALES ET LES RÉSEAUX.

ENSEMBLE, LES RÉSEAUX ET LES SERVICES RÉGIONAUX DIFFUSENT AU TOTAL 115 000 HEURES D'ÉMISSIONS PAR AN. IL S'AGIT EN FAIT D'UN COÛT MOYEN DE MOINS DE 2 000 \$ PAR HEURE DE DIFFUSION.

ET PENDANT N'IMPORTE QUELLE SEMAINE DONNÉE, ENVIRON QUATRE MILLIONS DE CANADIENS CAPTENT CES ÉMISSIONS.

TOUT CELA FINIT PAR DONNER UN RENDEMENT TRÈS INTÉRESSANT POUR UN INVESTISSEMENT CULTUREL RELATIVEMENT MODESTE.

J'AIMERAIS MAINTENANT FAIRE UN BREF RETOUR EN ARRIÈRE. LA DERNIÈRE FOIS QUE NOUS AVONS COMPARU DEVANT LE CONSEIL POUR RENOUVELLER NOS PERMIS D'EXPLOITATION DES RÉSEAUX DE RADIO, NOUS ÉTIIONS ENCORE AU TOUT DÉBUT DE CE QUE'ON A FINI PAR APPELER LA "RÉVOLUTION DE LA RADIO" DE RADIO-CANADA.

J'AI DÉJÀ DIT QUE RADIO-CANADA AVAIT SURVÉCU A LA MENACE DE LA TÉLÉVISION ET EN ÉTAIT MÊME SORTIE FORTIFIÉE. C'EST TOUT A FAIT VRAI, MAIS CELA NE S'EST PAS FAIT EN UN JOUR.

LORSQUE LA TÉLÉVISION EST ARRIVÉE, LA RADIO A D'ABORD ÉTÉ FORCÉE D'ADOPTER UNE ATTITUDE DE RÉACTION. DE SERVICE PRINCIPAL QU'ELLE ÉTAIT, ELLE A DÛ SE RÉFUGIER DNS UN ROLE PLUS SPÉCIALISÉ : COMBLER LES VIDES, SI VOUS VOULEZ, QUE LA TÉLÉVISION ET LES DIFFUSEURS PRIVÉS LAISSAIENT DERRIÈRE EUX.

MAIS CETTE RETRAITE EST ALLÉE TROP LOIN ET, CE FAISANT, LA RADIO A PERDU UNE PARTIE DE SA PERTINENCE.

D'OÙ LA "RÉVOLUTION DE LA RADIO". AU DÉBUT DES ANNÉES 70, NOUS AVONS DÉCIDÉ DE REPRENDRE CE TERRITOIRE PERDU. NOUS AVONS RÉAGI AU NOUVEAU COMPORTEMENT D'ÉCOUTE D'UN PAYS QUI, A CE MOMENT-LA, ÉTAIT DÉJÀ ACCROCHÉ A LA TÉLÉVISION AUX HEURES DE GRANDE ÉCOUTE -- ET NOUS AVONS TIRÉ PARTI DES PÉRIODES OÙ LA RADIO POUVAIT LE MIEUX DESSERVIR SES NOMBREUX PUBLICS. NOUS AVONS COMMENCÉ A PROGRAMMER NOS SERVICES EN BLOCS PLUS IMPORTANTS, CRÉANT DE NOUVELLES ÉMISSIONS QUOTIDIENNES ET RÉGIONALES POUR LES PÉRIODES CRITIQUES DU MATIN, DU MIDI ET DE L'APRÈS-MIDI EN SEMAINE. NOUS AVONS INVENTÉ DE NOUVEAUX FORMATS PLUS SÉDUISANTS POUR LES ÉMISSIONS D'INFORMATION ET NOUS AVONS ACCORDÉ PLUS DE PLACE AUX ÉMISSIONS CONSACRÉES AUX ARTS DE LA SCÈNE.

ET BIEN ENTENDU EN ACCORD AVEC LE CRTC, NOUS AVONS SUPPRIMÉ LA PUBLICITÉ, CE QUI DIFFÉRENCIE ENCORE PLUS NETTEMENT NOTRE RADIO DE CELLES DES CONCURRENTS.

CE FAISANT, NOUS AVONS RÉUSSI A RÉALISER CE QUE NOUS PENSONS ÊTRE UN BON ÉQUILIBRE ENTRE LES ÉMISSIONS QUI S'ADRESSENT A UNE VASTE MAJORITÉ DE CANADIENS D'AGES, DE GOÛTS ET D'INTÉRÊTS DIFFÉRENTS ET DES ÉMISSIONS QUI RÉPONDENT A DES BESOINS PLUS SPÉCIALISÉS QUI NE SONT PAS SATISFAITS PAR LES AUTRES MÉDIAS.

MAIS IL S'AGIT D'UN ÉQUILIBRE PRÉCAIRE. SI NOUS DEVIONS NOUS ADRESSER UNIQUEMENT A DE VASTES AUDITOIRES, NOUS AURIONS A NOUS DEMANDER COMMENT JUSTIFIER NOTRE FINANCEMENT PUBLIC. MAIS SI NOUS NE DEVIONS DESSERVIR QUE LES PETITS GROUPES AUX INTÉRÊTS PARTICULIERS, NOS SERVICES NE SERAIENT PLUS ADAPTÉS A LA GRANDE PARTIE DE LA POPULATION QUI NOUS FINANCE PAR LES IMPOTS QU'ELLE PAIE.

MAIS DANS L'ENSEMBLE, LE DÉFI AUQUEL FAIT FACE LA RADIO DE RADIO-CANADA EST TRÈS DIFFÉRENT DE CE QU'IL ÉTAIT IL Y A CINQUANTE OU MÊME DIX ANS. IL EST ÉGALEMENT DIFFÉRENT DE CELUI QUI CONFRONTE LA TÉLÉVISION.

POUR LA RADIO, IL S'AGIT D'ABORD DE MAINTENIR CE QUI EXISTE DÉJÀ ... PLUTOT QUE D'ÊTRE FORCÉ A DILUER OU MÊME A DÉMANTELER, PAR MANQUE DE FONDS.

VOUS NE SEREZ SANS DOUTE PAS SURPRIS D'APPRENDRE QUE C'EST UN THÈME QUE NOUS ALLONS DÉVELOPPER PLUS AVANT AU COURS DE LA PRÉSENTATION D'AUJOURD'HUI.

CEPENDANT, MALGRÉ NOS CONTRAINTES FINANCIÈRES BIEN CONNUES -- LA RADIO PUBLIQUE AU CANADA CONTINUE D'ASSUMER LES MÊMES FONCTIONS NATIONALES ESSENTIELLES POUR LESQUELLES ELLE A ÉTÉ CRÉÉE IL Y A PLUS DE 50 ANS. ELLE LE FAIT DANS UN CONTEXTE DE FRAGMENTATION ET DE CONCURRENCE CROISSANTE, TANT POUR LE TEMPS QUE POUR L'ATTENTION DES AUDITEURS, ET DE DÉFIS FINANCIERS PLUS NOMBREUX. ELLE LE FAIT EN EXPLOITANT LES QUALITÉS INTRINSÈQUES DE LA RADIO : L'INSTANTANÉITÉ, LA SOUPLESSE, LA PORTABILITÉ ET LES ÉCONOMIES D'ÉCHELLE.

LORSQUE NOUS AVONS COMPARU DEVANT VOUS EN 1978, BILL ARMSTRONG, QUI ÉTAIT ALORS DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA RADIO ANGLAISE, AVAIT FAIT CERTAINES OBSERVATIONS QU'IL Y A LIEU, JE CROIS, DE RÉPÉTER. AVEC LA PERMISSION DE BILL, J'AIMERAIS LES PARTAGER AVEC VOUS MAINTENANT.

"TOUT LE MONDE SE RAPPELLE L'AGE D'OR DE LA RADIO. IL Y A EU UN AGE D'OR DES DIVERTISSEMENTS DE MASSE -- MAIS IL ÉTAIT SURTOUT AMÉRICAIN. IL Y A EU L'AGE D'OR DES REPORTAGES D'INFORMATION PENDANT LA DEUXIÈME GUERRE MONDIALE -- POURTANT AUJOURD'HUI NOS REPORTAGES SONT LARGEMENT SUPÉRIEURS AUX 15 MINUTES PAR JOUR DE CETTE PÉRIODE. IL Y A EU L'AGE D'OR DES DRAMATIQUES CANADIENNES APRÈS LA GUERRE -- MAIS NOUS PRODUISONS DAVANTAGE DE DRAMATIQUES MAINTENANT QUE NOUS NE LE FAISIONS ALORS. IL Y A EU L'AGE D'OR DE LA MUSIQUE SÉRIEUSE CANADIENNE DANS LES ANNÉES 60 -- POURTANT, NOUS ENREGISTRONS ET DIFUSONS DAVANTAGE DE MUSIQUE CANADIENNE AUJOURD'HUI QUE N'IMPORTE QUAND DANS NOTRE HISTOIRE. IL Y A EU DES AGES D'OR DES VARIÉTÉS, DES DOCUMENTAIRES, DES CRITIQUES -- ET POURTANT, NOTRE PRODUCTION ACTUELLE DANS TOUTES CES CATÉGORIES REND NOS EFFORTS D'ALORS BIEN INFIMES -- SANS PARLER DES PUBLICS BEAUCOUP PLUS VASTES QU'ELLE REJOINT MAINTENANT.

DEPUIS 1978, M. LE PRÉSIDENT, LA SOCIÉTÉ A FAIT DES PROGRÈS TOUS AZIMUTS. BREF, ELLE EST PLUS PRÈS, AUJOURD'HUI, DU VRAI AGE D'OR DE LA RADIO QU'ELLE NE L'A JAMAIS ÉTÉ.

LA RADIO DE RADIO-CANADA A ÉTÉ APPELÉE LA "PLUS GRANDE INVENTION DU CANADA" ET "LE MEILLEUR SYSTÈME DE RADIO PUBLIQUE AU MONDE". LES CANADIENS EN REÇOIVENT LES AVANTAGES TOUS LES JOURS. C'EST UNE SOURCE DE FIERTÉ ET DE PRESTIGE INTERNATIONAL POUR NOTRE PAYS.

LA "RÉVOLUTION DE LA RADIO" NOUS A DONNÉ L'ÉLAN DONT NOUS AVIONS BESOIN POUR LES ANNÉES 80 -- ELLE A JETÉ LES FONDATIONS.

NOTRE TACHE MAINTENANT EST DE CONSERVER ET DE RENFORCER CETTE INSTITUTION UNIQUE ET PRESTIGIEUSE : BATIR FIEREMENT SUR SES TRADITIONS, LUI OUVRIR UN AVENIR NOVATEUR ET VEILLER A CE QU'ELLE CONTINUE A RÉPONDRE AUX CONDITIONS CHANGEANTES.

M. LE PRÉSIDENT ET MEMBRES DU CONSEIL, J'AI ESSAYÉ AU COURS DE CES DERNIÈRES MINUTES D'INTRODUIRE CERTAINS DES PRINCIPAUX THÈMES QUE NOUS AIMERIONS DÉVELOPPER DANS NOTRE PRÉSENTATION D'AUJOURD'HUI. POUR CE FAIRE, J'AIMERAIS MAINTENANT APPELER LES VICE-PRÉSIDENTS DE NOS RÉSEAUX FRANÇAIS ET ANGLAIS, JEAN BLAIS ET MICHAEL MCEWEN.

MAIS COMMENÇONS PAR MICHAEL MCEWEN.



Statement by Michael McEwen,
Vice-President,
English Radio Networks,
Canadian Broadcasting Corporation,
to the CRTC Public Hearing
to consider the renewal of the
radio network licences of the CBC

GOOD MORNING, MR. CHAIRMAN . . . MEMBERS OF THE COMMISSION.

MY NAME IS MICHAEL MCEWEN, AND I'M VICE-PRESIDENT OF THE
CBC'S ENGLISH RADIO SERVICE.

THIS IS THE FIRST TIME I'VE APPEARED BEFORE YOU IN THIS
CAPACITY, AND I WELCOME THE OPPORTUNITY TO SHARE SOME OF MY THOUGHTS
AND ENTHUSIASMS FOR CBC RADIO AND OUR ROLE AS PUBLIC BROADCASTER IN
THIS COUNTRY.

RADIO IS A VERY PERSONAL MEDIUM. IT FORGES A DIRECT, ONE-TO-ONE
RELATIONSHIP WITH EACH LISTENER.

MY VISION OF CBC RADIO IS THE SUM OF MY OWN EXPERIENCES, BELIEFS
AND IMPRESSIONS. BUT I KNOW I'M NOT ALONE IN BELIEVING THAT CBC RADIO
IS A UNIQUE AND VALUED EXPRESSION OF CANADA AND CANADIANS.

I WAS BORN AND BROUGHT UP ON THE PRAIRIES. I SPENT A COUPLE
OF YEARS ON THE AIR IN PRIVATE RADIO BEFORE JOINING THE CBC IN
CALGARY IN 1970.

THAT WAS AN EXCITING TIME TO ENTER THE CORPORATION. IT WAS
THE START OF WHAT HAS BEEN CALLED "THE RADIO REVOLUTION." I WAS A FOOT
SOLDIER IN THAT REVOLUTION.

IT WAS FIRST AND FOREMOST A REVOLUTION IN INFORMATION PROGRAMMING . . . AND IT INSPIRED THE EVOLUTION OF LOCAL AND REGIONAL PROGRAMMING.

MY OWN ROOTS ARE VERY MUCH IN REGIONAL RADIO -- IN CALGARY, OTTAWA AND WINNIPEG.

AS A PRODUCER OF MORNING SHOWS IN CALGARY AND OTTAWA, I DEVELOPED AN APPRECIATION FOR THE POTENT ROLE CBC RADIO PLAYS IN THE COMMUNITY. IN NETWORK PRODUCTION AND PROGRAM MANAGEMENT IN TORONTO AND WINNIPEG, I SAW HOW REGIONAL STRENGTH CONTRIBUTES TO THE QUALITY OF THE NATIONAL SERVICE.

AS THE SEVENTIES PROGRESSED, SO DID THE RADIO REVOLUTION. IN 1976, AL JOHNSON THREW THE SWITCH ON SIGNAL HILL TO INAUGURATE THE WORLD'S LONGEST STEREOPHONIC NETWORK.

I REMEMBER THAT OCCASION WELL, BECAUSE IT JUST SO HAPPENS THAT THE LIVE BROADCAST FROM SIGNAL HILL WAS MY LAST PRODUCTION ASSIGNMENT BEFORE MOVING INTO MANAGEMENT. THE EXTENSION OF THE STEREO NETWORK AND THE ENRICHMENT OF ITS PERFORMANCE PROGRAMMING, REMAIN TOP PRIORITIES FOR ME TODAY.

AS VICE-PRESIDENT, I TRAVEL FROM COAST TO COAST. WHEREVER I GO, I'M REMINDED OF THE VALUE AND IMPORTANCE OF OUR SERVICE.

I'M ALSO CONSTANTLY REMINDED OF WHAT AN INCREDIBLE ACHIEVEMENT THIS RADIO SYSTEM IS -- CREATIVELY, TECHNICALLY AND LOGISTICALLY.

MY VISITS TO OUR 26 LOCATIONS ALWAYS RENEW MY PRIDE IN OUR STAFF: THEIR DEDICATION, THEIR CREATIVITY, THEIR COMMITMENT TO SERVING THEIR COMMUNITIES, AND REFLECTING THEM TO THE REST OF CANADA.

AS I TRAVEL, I ALSO LISTEN.

I TUNE IN TO MORNING SHOWS IN VARIOUS PARTS OF THE COUNTRY, AND I HEAR HOW DIFFERENT THEY ARE, YET HOW THEY PERFORM TO THE HIGHEST NATIONAL STANDARDS.

AND WHETHER I'M LISTENING IN KANANASKIS COUNTRY IN ALBERTA, OR ALONG THE SOUTH SHORE OF NOVA SCOTIA, I KNOW AN INTERVIEW ON MORNINGSIDE OR A CONCERT ON MOSTLY MUSIC IS BEING ENJOYED AT THE SAME TIME BY COUNTLESS OTHERS.

I ALSO TALK DIRECTLY WITH MANY OF OUR LISTENERS -- EITHER FACE-TO-FACE, OR ON LOCAL OPEN-LINE SHOWS. I HEAR THE CARING IN THEIR VOICES . . . EVEN WHEN THEY'RE CRITICIZING US. THEY TELL ME OVER AND OVER AGAIN HOW RADIO GIVES THEM A SHARED SENSE OF BELONGING AND NATIONAL IDENTITY. I DON'T KNOW HOW MANY TIMES I'VE HEARD OR READ SOMEONE SAY THAT THEY FEEL AT HOME ANYWHERE IN CANADA, WHEN THEY CAN LISTEN TO CBC RADIO AND CBC STEREO. THAT'S WHY I'M PLEASED -- BUT NOT REALLY SURPRISED -- AT THE OUTPOURING OF POSITIVE INTERVENTIONS TO THESE HEARINGS.

MUCH HAS CHANGED SINCE I JOINED IN 1970, BUT OUR FUNDAMENTAL PRINCIPLES ARE THOSE WHICH FOUNDED THE CBC MORE THAN HALF A CENTURY AGO.

MY VISION OF THE IDEAL PUBLIC RADIO SERVICE IS, IN REALITY, VERY CLOSE TO THE RADIO AND STEREO PROGRAM SERVICE WE OFFER TODAY.

WE ARE AT THE VERY HEART OF CANADIAN LIFE: DISTINCTIVE, VITAL, UNIQUE AND CONSTANTLY CHANGING . . . AN ESSENTIAL FORCE IN CANADIAN MEDIA . . . A CENTRAL PART OF WHAT MAKES US A NATION.

OUR MISSION, NOW, IN TODAY'S CIRCUMSTANCES, IS TO MAINTAIN OUR HIGH STANDARDS AND FULFILL THE EXPECTATIONS OF OUR SHAREHOLDERS, THE LISTENERS. ON THIS STRONG FOUNDATION CAN BE BUILT A STRONGER RADIO SERVICE.

AND NOW, MR. CHAIRMAN AND MEMBERS OF THE COMMISSION, I'D LIKE TO OFFER YOU A SNAPSHOT OF OUR REMARKABLE SERVICE.

A FEW EXAMPLES -- HIGHLIGHTS OF WHAT OUR PEOPLE AND PROGRAMS ARE DOING TODAY . . . THIS WEEK . . . THIS MONTH.

☛ THE COMMONWEALTH CONFERENCE OPENS TODAY. LATER THIS MORNING, WE REPORT LIVE FROM THE OPENING CEREMONIES.

● ALSO TODAY, THERE'S A PROVINCIAL ELECTION IN NEW BRUNSWICK. RESULTS AND ANALYSIS TO LOCAL, REGIONAL AND NATIONAL AUDIENCES AS SOON AS THE POLLS CLOSE.

☛ IN PERFORMANCE . . . AS I SPEAK, MOSTLY MUSIC IS PRESENTING A CONCERT BY THE CBC VANCOUVER ORCHESTRA, CONDUCTED BY MARIO BERNARDI, WITH CANADIAN PIANIST, ANGELA CHENG, PLAYING A WORK BY CANADIAN COMPOSER, JACQUES "AYTU." THIS CONCERT IS ALSO BEING DELIVERED BY SATELLITE TO MORE THAN A DOZEN COUNTRIES IN EUROPE AND THE FAR EAST.

● AND . . . "WINDSOR HASSLE," THE HILARIOUS SATIRE OF THE ROYAL FAMILY WAS REBROADCAST ON THE ENTERTAINERS AS A THANKSGIVING SPECIAL.

• THIS MONTH, YOU'VE BEEN HEARING ABOUT CRIMINAL LAW ON CBC RADIO. THE SUBJECT IS BEING DISCUSSED THROUGHOUT THE SCHEDULE IN DRAMA, OPEN-LINE, DOCUMENTARY AND MAGAZINE FORMATS. HIGHLIGHT OF THIS PROJECT IS THE SCALES OF JUSTICE DRAMA WHICH TOLD THE STORY OF BARBARA TURNBULL, A TRAGIC VICTIM OF CRIME. BARBARA ACTUALLY PLAYS HERSELF IN THAT DRAMA.

• MEANWHILE IN SPORTS, CBC RADIO IS GEARING UP FOR THE '88 CALGARY WINTER OLYMPICS IN FEBRUARY. SINCE WE HOLD THE EXCLUSIVE RADIO RIGHTS TO THE GAMES, YOU CAN EXPECT SOME EXCITING PROGRAMMING.

ALL THIS ACTIVITY, PLUS THE FORTY HOURS A WEEK OF LOCAL AND REGIONAL PROGRAMMING, PAINT A PICTURE OF PUBLIC RADIO IN TOUCH WITH THE COUNTRY . . . REACHING OUT TO REFLECT AND REPORT ON ISSUES, INTERESTS AND EVENTS . . . AND BRINGING THEM WITH IMMEDIACY, ENERGY AND SENSITIVITY TO ALL CANADIANS.

IT ALL ADDS UP TO A BALANCED SERVICE ON TWO, COMPLEMENTARY NETWORKS.

THE CONCEPT OF BALANCE IN PUBLIC RADIO IS ENSHRINED IN THE BROADCASTING ACT. IT IS GIVEN CONCRETE, TANGIBLE REALITY EVERY DAY ON CBC RADIO AND CBC STEREO.

BALANCE MEANS MANY THINGS TO US.

IT MEANS A BALANCE BETWEEN INFORMATION AND PERFORMANCE.

TODAY, THE CBC RADIO NETWORK IS 80% INFORMATION PROGRAMMING, WHILE THE STEREO NETWORK IS 80% PERFORMANCE PROGRAMMING.

ON RADIO, THE PRIMARY FOCUS IS ON NEWS AND SPORTS, CURRENT AFFAIRS AND HUMAN ISSUES, ARTS AND ENTERTAINMENT COVERAGE.

ON STEREO, WE EMPHASISE CLASSICAL MUSIC, ALONG WITH JAZZ, FOLK AND SOME POP CONCERTS, PLUS SPECIAL ATTENTION TO THE ARTS.

BUT THESE ARE NOT RIGID DEFINITIONS. THE RADIO NETWORK CARRIES QUITE A LOT OF MUSIC -- BOTH CLASSICAL AND POPULAR. AND THERE'S AN EXCELLENT BASIC INFORMATION SERVICE ON STEREO. BOTH NETWORKS ALSO DEVOTE TIME TO DRAMA, LITERATURE AND COMEDY.

TOGETHER, CBC RADIO AND CBC STEREO PROVIDE A COMPLETE, WELL BALANCED SCHEDULE OF INFORMATION AND PERFORMANCE PROGRAMMING TO CANADIAN LISTENERS. EACH NETWORK IS EQUALLY ESSENTIAL TO THE FULFILLMENT OF OUR MANDATE.

ANOTHER FORM OF BALANCE IS THAT BETWEEN GENERAL-INTEREST AND SPECIAL-INTEREST PROGRAMMING.

SOME OF OUR PROGRAMS -- LIKE MORNINGSIDE OR DISC DRIVE -- DRAW VERY LARGE AUDIENCES. OTHERS -- LIKE STATE OF THE ARTS OR OPEN HOUSE . . . CHORAL CONCERT OR TWO NEW HOURS -- APPEAL TO SPECIFIC AUDIENCES. BOTH TYPES OF PROGRAMS ARE EQUALLY IMPORTANT TO US.

THERE IS AS MUCH SPECIAL-INTEREST PROGRAMMING AS EVER, AND IT IS BEING HEARD BY MORE PEOPLE THAN EVER BEFORE.

A THIRD TYPE OF BALANCE IN ENGLISH RADIO EXISTS BETWEEN NATIONAL NETWORK PROGRAMMING, AND REGIONAL OR LOCAL PROGRAMMING.

AGAIN, BOTH ELEMENTS ARE VITAL. OUR SYSTEM IS HIGHLY DECENTRALIZED, AND WILL ALWAYS REMAIN SO.

AT THE PRESENT TIME, LOCAL AND REGIONAL PROGRAMMING ACCOUNTS FOR APPROXIMATELY 30% OF THE SCHEDULE. IT'S CONCENTRATED IN THE PRIME TIME WEEKDAY MORNING, NOON AND AFTERNOON PERIODS. IN ADDITION, AT LEAST HALF OF OUR NETWORK PROGRAMMING COMES FROM THE REGIONS -- EITHER IN THE FORM OF PROGRAM SEGMENTS, INSERTS OR COMPLETE PROGRAMS.

ON STEREO, THERE ARE FEWER LOCAL TIME PERIODS. BUT APPROXIMATELY 70% OF THE PRODUCTIONS THAT APPEAR ON THE FULL NETWORK, ORIGINATE IN THE REGIONS.

THE RESULT IS THAT ENGLISH RADIO AS A WHOLE DEPENDS ON THE REGIONS FOR ABOUT TWO-THIRDS OF ALL THE PROGRAMMING WHICH IS HEARD ON ITS RADIO AND STEREO SERVICES.

EACH REGION CAN TALK TO ITSELF, DEAL WITH ITS OWN ISSUES, AND SHOWCASE ITS OWN TALENT . . . AT THE SAME TIME, REGIONAL ISSUES AND CONCERNS ARE REFLECTED ON THE NATIONAL SERVICE THROUGH CONTRIBUTIONS FROM OUR 26 STATIONS ACROSS THE COUNTRY.

BALANCE BETWEEN INFORMATION AND PERFORMANCE PROGRAMMING.

BALANCE BETWEEN GENERAL-INTEREST AND SPECIAL-INTEREST CONTENT.

BALANCE BETWEEN THE NETWORKS AND THE REGIONS.

IT'S A DELICATE BALANCING ACT . . . AND A TYPICALLY CANADIAN ONE. IT REALLY DEFINES THE ENGLISH RADIO SERVICE: A BALANCED SERVICE, ON TWO COMPLEMENTARY NETWORKS.

I HAVE MUCH MORE TO SAY ABOUT PROGRAMMING, BUT FIRST, A SHORT AUDIO-VISUAL PRESENTATION. YOU WILL RECOGNIZE THE NARRATOR AS A MAN WHO PERSONIFIES RADIO'S POWER TO TOUCH AND MOVE CANADIANS. HE SHARES WITH US A DEEP AFFECTION FOR THE TRADITIONS AND THE LEGACIES OF CBC RADIO.

A/V PRESENTATION

THANKS TO PETER GZOWSKI . . . EXECUTIVE PRODUCER, GLORIA BISHOP . . . PRODUCERS, TOM MACDONNELL AND WARREN WILSON . . . TECHNICIANS, DAVID QUINNEY AND KEN BARNES . . . AND VISUAL CONSULTANT, WALTER UNGER.

P A U S E

THE PRESENTATION YOU JUST SAW GIVES YOU A FEELING OF THE BREADTH AND SCOPE OF OUR SERVICE.

WE'VE COME A LONG WAY SINCE WE LAST APPEARED BEFORE YOU IN 1978.

WE HAVE EXTENDED THE COVERAGE OF OUR SERVICE, SO MORE CANADIANS CAN HEAR IT.

I'LL HAVE MORE TO SAY ABOUT THIS VITAL SUBJECT THIS AFTERNOON. FOR NOW, LET ME JUST GIVE YOU A FEW STATISTICS.

IN THE PAST NINE YEARS, WE HAVE BUILT ALMOST ONE HUNDRED AND FIFTY NEW TRANSMITTERS, TO REPLACE AFFILIATES, IMPROVE SIGNAL QUALITY, BRING FIRST-TIME SERVICE TO MANY SMALLER AND MORE ISOLATED COMMUNITIES, AND EXTEND THE STEREO NETWORK.

AS A RESULT, CBC RADIO IS NOW AVAILABLE TO 99% OF THE COUNTRY -- TWO MILLION MORE CANADIANS THAN IN 1978.

THE STEREO SERVICE CAN BE HEARD BY TWO-AND-A-HALF MILLION MORE PEOPLE THAN WAS THE CASE TEN YEARS AGO.

AND MORE CANADIANS ARE LISTENING TO BOTH NETWORKS.

OVER THE FIVE-YEAR PERIOD FROM FALL OF 1981 TO FALL OF 1986, THERE HAS BEEN AN 11% INCREASE IN THE REACH OF CBC RADIO, AND A 66% INCREASE IN THE REACH OF CBC STEREO. CBC RADIO IS NOW LISTENED TO BY 2.4 MILLION CANADIANS WEEKLY. CBC STEREO IS NOW HEARD BY 1.1 MILLION CANADIANS EACH WEEK.

THE COMBINED UNDUPLICATED REACH OF THE TWO SERVICES IS APPROXIMATELY 3 MILLION. THAT'S UP ABOUT 15% FROM FIVE YEARS AGO. IN FALL, 1986, CBC RADIO AND CBC STEREO TOGETHER CAPTURED AN 11% SHARE OF ALL ANGLOPHONE LISTENING HOURS, IN AREAS WHERE A CBC-OWNED STATION IS LOCATED. THAT'S AN INCREASE OF TWO SHARE POINTS OVER FIVE YEARS.

OVER THE PAST DECADE, CBC'S RADIO PROGRAMS HAVE WON OVER ONE HUNDRED AND FIFTY NATIONAL AND INTERNATIONAL AWARDS.

HERE'S A LIST OF THE AWARDS OF THE LAST FIVE YEARS, AND IT'S IMPRESSIVE.

THESE AWARD-WINNING PROGRAMS ARE NOT NECESSARILY SPECIALS; WE DON'T PUT EXTRA MONEY INTO PROGRAMS FOR AWARD JURIES, AS MANY INTERNATIONAL BROADCASTERS DO.

THIS PROGRAMMING STANDARD IS A DAILY OCCURRENCE ON OUR NETWORKS. IT IS THIS PROGRAMMING THAT WINS AWARDS AND ATTRACTS INCREASING AUDIENCES. IT IS THIS PROGRAMMING THAT MAKES US A DISTINCTIVE AND VALUABLE SERVICE.

AND IT'S TO THIS PROGRAMMING THAT I'D LIKE TO TURN NOW. I'M GOING TO TAKE TIME TO DESCRIBE SOME ACHIEVEMENTS OF EACH OF OUR PROGRAM DEPARTMENTS.

LET ME START WITH NEWS.

CBC RADIO NEWS IS THE LARGEST NATIONAL RADIO NEWS GATHERING OPERATION IN CANADA, EMPLOYING ALMOST THREE HUNDRED PEOPLE IN NINETEEN NEWSROOMS ACROSS THE COUNTRY, PLUS FOREIGN BUREAUS IN WASHINGTON, LONDON, PARIS, MOSCOW AND BEIJING, AND HUNDREDS OF STRINGERS AROUND THE WORLD. WE SHARE OUR MOSCOW CORRESPONDENT WITH TELEVISION, AND OUR BEIJING CORRESPONDENT WITH TELEVISION AND THE FRENCH SERVICE.

INTERNATIONAL COVERAGE MAKES UP ABOUT 40% OF THE CONTENT OF THE RADIO NEWS SERVICE. WE FEEL IT IS VITALLY IMPORTANT FOR CANADIANS TO HEAR A CANADIAN PERSPECTIVE ON WORLD AFFAIRS.

WE BROADCAST APPROXIMATELY 13 HOURS A WEEK OF NETWORK NEWS. BUT THE OUTPUT OF THE NATIONAL NEWSROOM IS ACTUALLY FAR LARGER THAN THIS, BECAUSE EVERY NEWSCAST GOES LIVE TO EACH OF FIVE TIME ZONES: UPDATED TO FOLLOW BREAKING STORIES, AND TAILORED TO REGIONAL NEEDS AND INTERESTS. IT'S LITERALLY A 24-HOUR-A-DAY PRODUCTION.

RADIO NEWS IS MADE UP OF NETWORK NEWSCASTS AND REGIONAL NEWSCASTS. THE REGIONS NOT ONLY REFLECT THEIR COMMUNITIES IN THEIR OWN NEWSCASTS, THEY ALSO PROVIDE MATERIAL THAT AMOUNTS TO ALMOST 40% OF THE NATIONAL NEWS SERVICE.

IN ADDITION, WE PRODUCE SEVERAL MAJOR NEWS PROGRAMS EACH DAY, INCLUDING FIFTEEN-MINUTE WORLD REPORTS AT 6, 7 AND 8 IN THE MORNING, AND THE HALF-HOUR WORLD AT SIX EACH EVENING. (THE WORLD AT SIX IS THE SINGLE MOST LISTENED-TO PROGRAM WE BROADCAST.)

THESE LONGER PROGRAMS GO BEYOND THE HEADLINES AND PRESENT CONTEXT AND BACKGROUND TO THE DAY'S MOST SIGNIFICANT EVENTS.

TWO YEARS AGO, WE INTRODUCED CANADA AT FIVE. IT HAS A SPECIAL MANDATE TO FOCUS ON DOMESTIC AND BUSINESS NEWS.

AT THE SAME TIME AS CANADA AT FIVE WAS INTRODUCED, RADIO NEWS ALSO LAUNCHED ANOTHER NEW PROGRAM, CALLED "THE MEDIA FILE." IT'S A WEEKLY, HALF-HOUR PROGRAM THAT TAKES A CRITICAL LOOK AT THE MEDIA ITSELF. JOURNALISTS COVERING THEIR OWN PROFESSION WITH THE SAME CLOSE SCRUTINY THEY GIVE TO OTHER TOPICS. I BELIEVE THE MEDIA FILE IS THE ONLY PROGRAM OF ITS KIND IN CANADA. RECENT SUBJECTS HAVE INCLUDED WOMEN IN THE MEDIA, AND HOW THE AIDS ISSUE HAS BEEN COVERED.

ONE OF THE GREAT STRENGTHS OF RADIO NEWS IS ITS IMMEDIACY. WE ARE ALWAYS SEEKING NEW WAYS TO EXPLOIT TECHNOLOGY TO GATHER AND DELIVER THE NEWS FASTER AND BETTER.

OVER THE LAST FIVE YEARS, ALMOST ALL OF OUR NEWSROOMS -- INCLUDING THOSE IN THE FAR NORTH --- HAVE BEEN LINKED BY COMPUTER WITH EACH OTHER AND WITH THE NATIONAL RADIO NEWSROOM. THIS GIVES OUR JOURNALISTS BETTER EDITORIAL CO-ORDINATION. A NEWS HOTLINE ALLOWS US TO PRE-EMPT THE ENTIRE NETWORK -- FOR THE SHUTTLE DISASTER, THE EDMONTON TORNADO, OR AN IMPORTANT DEVELOPMENT IN ARMS OR FREE TRADE TALKS.

CURRENT AFFAIRS PROVIDES FURTHER CONTEXT, ANALYSIS AND COMMENT ON THE DAY'S EVENTS AND ISSUES.

A TOPIC INTRODUCED ON THE MORNING NEWS GETS FURTHER ATTENTION ON THE LOCAL MORNING SHOW FROM THAT REGION'S PERSPECTIVE . . . AND LATER, ON MORNINGSIDE, WITH A NATIONAL PERSPECTIVE. SIMILARLY, THE LOCAL NOON AND AFTERNOON SHOWS PICK UP ON SUBSEQUENT DEVELOPMENTS, LEADING TO THE WORLD AT SIX AND FOLLOWED BY IN-DEPTH COVERAGE ON AS IT HAPPENS.

ON THE LEADING EDGE OF CURRENT AFFAIRS PROGRAMMING IS SUNDAY MORNING, WHICH WE CALLED "A WEEK IN THE LIFE OF THE WORLD" WHEN IT FIRST WENT TO AIR IN 1976. WE BELIEVE THE PROGRAM LIVES UP TO THAT MOTTO TODAY.

OTHER PROGRAMS PRODUCED BY NETWORK CURRENT AFFAIRS INCLUDE THE MEDICINE SHOW, BUSINESS WORLD, QUIRKS AND QUARKS, THE FOOD SHOW AND CROSS COUNTRY CHECKUP. SEVERAL OF THESE ARE PRODUCED OUTSIDE TORONTO.

A NUMBER OF OUR CURRENT AFFAIRS PROGRAMS WIN LOYAL AUDIENCES BEYOND CANADIAN BORDERS. AS IT HAPPENS IS HEARD ON FORTY-EIGHT AMERICAN PUBLIC RADIO STATIONS, AND SUNDAY MORNING IS CARRIED ON THIRTY-ONE. QUIRKS AND QUARKS HAS BEEN OFFERED FOR SYNDICATION IN THE UNITED STATES, AND CROSS-COUNTRY CHECKUP HAS BROADCAST NORTH AMERICAN EDITIONS, TAKING CALLS FROM CANADIAN AND AMERICAN LISTENERS.

THE SUCCESS OF OUR CURRENT AFFAIRS PROGRAMMING DEPENDS ON HOSTS WHO FUNCTION AS SURROGATE LISTENERS. THEY COMMUNICATE DIRECTLY TO THE LISTENER, ASK THE QUESTIONS THE LISTENER WOULD ASK. THEY ARE PROBING, SYMPATHETIC, CRITICAL BUT FAIR.

TWO YEARS AGO, WE CREATED A SERIES OF PROGRAMS TO FOLLOW AS IT HAPPENS. EACH WEEKDAY EVENING, THIS HALF-HOUR BLOCK IS DEVOTED TO A DIFFERENT TOPIC: SPORTS BACKGROUNDING ON THE INSIDE TRACK, FOLLOWED ON SUBSEQUENT EVENINGS BY THE MEDIA FILE, THE MEDICINE SHOW, BUSINESS WORLD, AND FOR A CHANGE OF PACE, VANISHING POINT DRAMAS ON FRIDAYS.

THESE PROGRAMS RECOGNIZE THE FACT THAT CERTAIN SUBJECTS WARRANT FOCUSSED, IN-DEPTH COVERAGE. AT THE SAME TIME AS RESERVING DEDICATED TIME PERIODS FOR THESE SUBJECTS, WE HAVE ENSURED THAT THEY ALSO RECEIVE ATTENTION ON OTHER PROGRAMS.

PEOPLE WHO MIGHT NOT TUNE IN TO A WHOLE PROGRAM ON A PARTICULAR TOPIC, MAY FIND IT IN THE LINEUP OF OTHER RADIO MAGAZINE PROGRAMS. THE CHALLENGE FOR PRODUCERS IS TO CHOOSE THE STYLE OF PROGRAM FORMAT WHICH BEST TELLS THE STORY. AND SOMETIMES THE STORIES ARE BEST TOLD THROUGH A VARIETY OF STYLES.

LET ME GIVE YOU AN EXAMPLE:

SEVERAL YEARS AGO, WE APPOINTED A NATIVE AFFAIRS SPECIALIST IN THE CURRENT AFFAIRS DEPARTMENT. THIS REPORTER PROVIDES MATERIAL AND EDITORIAL CO-ORDINATION TO ENSURE THAT THIS IMPORTANT AREA CONTINUES TO RECEIVE PROPER ATTENTION. SHE ALSO MAINTAINS CONTACTS WITH NATIVE GROUPS.

THE EXTENSIVE COVERAGE WHICH OUR NEWS AND CURRENT AFFAIRS PROGRAMS GAVE TO THE FEDERAL-PROVINCIAL CONFERENCE ON ABORIGINAL RIGHTS EARLIER THIS YEAR IS ONLY ONE EXAMPLE OF THE IMPORTANCE OF HAVING A DEDICATED SPECIALIST IN THIS AREA.

(PERSONAL EXAMPLE)

SPECIFIC PROGRAM OBJECTIVES FOR ALL MAIN CURRENT AFFAIRS PROGRAMS MEAN THAT NATIVE AFFAIRS AS WELL AS MULTICULTURAL STORIES, WOMEN'S AND FAMILY ISSUES, MEDICINE AND SCIENCE, THE ENVIRONMENT AND THE ARTS ALSO RECEIVE APPROPRIATE COVERAGE.

THE NATIONAL CURRENT AFFAIRS DEPARTMENT IS AN IMPORTANT LINK BETWEEN THE VARIOUS REGIONAL CENTRES AND THE NETWORK. EACH LOCATION HAS ITS OWN NETWORK PRODUCER, WHOSE JOB IS TO ENSURE THAT REGIONAL CONTRIBUTIONS TO NETWORK PROGRAMS REFLECT THE INTERESTS AND CONCERNS OF PEOPLE IN THAT PART OF THE COUNTRY.

THE NETWORK ALSO SUPPORTS THE REGIONS WITH A SYNDICATION SERVICE, CALLED "INFOTAPE."

THIS SERVICE COLLECTS ITEMS PRODUCED IN ONE LOCATION, OR SPECIALLY COMMISSIONED FOR SYNDICATION, AND DISTRIBUTES THEM FOR USE BY OTHER LOCAL SHOWS. IT'S AN EFFECTIVE USE OF RESOURCES, AND IT HELPS US EXTEND REGIONAL REFLECTION TO LISTENERS IN OTHER PARTS OF THE COUNTRY.

RADIO SPORTS....UNTIL THREE-AND-A-HALF YEARS AGO, WE DIDN'T EVEN HAVE A SEPARATE NETWORK SPORTS DEPARTMENT. SINCE THEN, WE HAVE GREATLY INCREASED THE QUALITY AND THE QUANTITY OF OUR SPORTS COVERAGE.

THERE ARE NATIONAL AFTERNOON, EVENING AND WEEKEND SPORTS REPORTS PRODUCED DAILY FOR USE IN TWO DOZEN LOCATIONS. WE'VE EVEN INTRODUCED SOME SPORTS REPORTS ON THE STEREO NETWORK, SO THAT CLASSICAL MUSIC LOVERS CAN INDULGE IN ALL THE FINER THINGS OF LIFE!

THIS NATIONAL SPORTS COVERAGE RELIES HEAVILY ON THE RESOURCES OF OUR SPORTS REPORTERS IN THE REGIONS.

RADIO SPORTS MAKES AN EFFORT TO CONCENTRATE ON AMATEUR AND OTHER ACTIVITIES WHICH RECEIVE LESS ATTENTION FROM OTHER MEDIA.

OUR SPORTSCASTERS AND REPORTERS ARE EXPERTS AT ON-LOCATION COVERAGE FROM CANADIAN AND INTERNATIONAL EVENTS SUCH AS THE WORLD UNIVERSITY GAMES, THE VANIER CUP, THE COMMONWEALTH GAMES, WORLD HOCKEY TOURNAMENTS, OLYMPIC AND PAN-AMERICAN GAMES.

THE INSIDE TRACK, OUR NEW PROGRAM OF SPORTS JOURNALISM, DEMONSTRATES THE EXTENT TO WHICH WE HAVE LEARNED TO GO BEYOND THE SCORES AND BEHIND THE HEADLINES, TO TELL THE REAL STORIES AND PROVIDE TRULY IN-DEPTH ANALYSIS. THE INSIDE TRACK USES ALL THE INVESTIGATIVE TECHNIQUES, INTERVIEWING SKILLS AND DOCUMENTARY TEXTURES OF CURRENT AFFAIRS TO DEAL WITH SPORTS ISSUES AND PERSONALITIES.

P A U S E

I'D LIKE TO TURN NOW FROM INFORMATION TO PERFORMANCE PROGRAMMING, AND LOOK FIRST AT THE CLASSICAL MUSIC AREA.

FOR MANY CANADIANS, CBC RADIO AND STEREO ARE THE ONLY RADIO OUTLETS FOR SIGNIFICANT AMOUNTS OF CLASSICAL MUSIC PROGRAMMING.

WE ARE THE NATIONAL SOUND STAGE FOR CANADA'S CLASSICAL COMPOSERS AND PERFORMERS -- A MAJOR SOURCE OF THEIR SUPPORT, EXPOSURE AND INCOME.

THE NINETY HOURS A WEEK OF MUSIC ARE THE MAINSTAY OF THE CBC STEREO SERVICE -- AND THERE'S ANOTHER SEVEN HOURS A WEEK ON THE RADIO NETWORK.

IN AREAS WHICH CANNOT YET RECEIVE STEREO, THAT SEVEN HOURS ON RADIO IS INCREASED TO SEVENTEEN.

MANY OF OUR CLASSICAL MUSIC PROGRAMS RELY ON PRE-RECORDED DISCS. PERSONALITIES LIKE BOB KERR, CLYDE GILMOUR, MARGARET PACSU AND LEON COLE PRESENT THEIR MATERIAL WITH KNOWLEDGE AND WARMTH AND HAVE BECOME FRIENDS -- ALMOST PART OF THE FAMILY -- FOR MANY OF THEIR DEVOTED LISTENERS.

THE MOST SIGNIFICANT ASPECT OF OUR MUSIC PROGRAMMING IS THE THIRTY HOURS A WEEK OF CONCERTS -- COMPLETE PERFORMANCES WHICH CAPTURE THE EXCITEMENT OF THE ORIGINAL EVENT AND BRING EVEN THE REMOTEST LISTENER TO THE BEST SEAT IN THE HOUSE.

ALMOST ALL OF THESE CONCERTS TAKE PLACE IN CANADA, WITH CANADIAN ORCHESTRAS, CHOIRS, OPERA COMPANIES, CHAMBER GROUPS AND SOLOISTS. THEY ENCOMPASS BOTH HIGH-PROFILE, "BIG-NAME" EVENTS, AND SMALLER, COMMUNITY FESTIVALS, ALL OF WHICH ARE PART OF THE RICHNESS AND VARIETY OF MUSICAL LIFE IN CANADA.

IN EASTERN CANADA, FOR INSTANCE, A PROJECT CALLED "DEBUT ATLANTIC" BRINGS CANADIAN ARTISTS TO SMALLER CENTRES IN THE FOUR ATLANTIC PROVINCES. WITH THE CO-OPERATION OF THE CANADA COUNCIL TOURING OFFICE, DEBUT ATLANTIC BRINGS MANY COMMUNITIES THE ONLY PROFESSIONAL CLASSICAL MUSIC THEY GET TO HEAR AND SEE ALL YEAR LONG.

SPECIALS, FESTIVALS AND COMPETITIONS OFFER MANY OPPORTUNITIES FOR EXCITING MUSIC PROGRAMMING. IN 1985, MANY HOURS OF SPECIAL PROGRAMS WERE DEVOTED TO CELEBRATING THE 300TH ANNIVERSARIES OF BACH, HANDEL AND SCARLATTI.

MUSIC IS A UNIVERSAL LANGUAGE, AND MUSIC PROGRAMMING IS ONE AREA IN WHICH ENGLISH AND FRENCH RADIO CO-OPERATE CLOSELY. TOGETHER WE MOUNT THREE COMPETITIONS FOR YOUNG PERFORMERS, YOUNG COMPOSERS AND FOR AMATEUR CHOIRS. THESE COMPETITIONS HAVE HELPED LAUNCH THE CAREERS OF JUDITH FORST, MARK DUBOIS, ANGELA HEWITT, JON KIMURA PARKER, NORBERT KRAFT AND MANY OTHERS.

CBC RADIO MUSIC FOLLOWS THE COMPETITION CIRCUIT ACROSS THE COUNTRY AND AROUND THE WORLD -- FROM BANFF TO BRANDON TO MOSCOW FOR THE PRESTIGIOUS TCHAIKOVSKY COMPETITION.

ENGLISH RADIO IS AN ACTIVE MEMBER OF THE INTERNATIONAL MUSIC COMMUNITY. MANY OF THE REGULAR SERIES AND SPECIAL EVENTS I'VE MENTIONED ARE HEARD IN THE UNITED STATES AND EUROPE THROUGH CO-OPERATIVE ARRANGEMENTS WITH OTHER PUBLIC BROADCASTERS.

ENGLISH RADIO SHOWCASES THE WORK OF CANADIAN COMPOSERS AS WELL AS PERFORMERS. IN 1986, WE CELEBRATED BOTH OUR FIFTIETH ANNIVERSARY AND THE INTERNATIONAL YEAR OF CANADIAN MUSIC, WITH A CONCERT DEVOTED ENTIRELY TO THE WORKS OF CANADIAN COMPOSERS.

IN THE SAME YEAR, WE BROADCAST THE WORLD PREMIERE OF WINTHROP, A NEW OPERA BY CANADIAN COMPOSER, ISTVAN ANHALT.

WINTHROP IS JUST ONE EXAMPLE OF THE MANY CANADIAN WORKS WE HAVE PREMIERED. RADIO MUSIC HAS COMMISSIONED ONE HUNDRED AND TWENTY WORKS SINCE 1978, REPRESENTING HUNDREDS OF THOUSANDS OF DOLLARS IN COMPOSITION FEES ALONE. AND EACH OF THESE WORKS RECEIVES A PREMIERE PERFORMANCE BROADCAST.

OUR ENCOURAGEMENT OF CANADIAN ARTISTS AND REPERTOIRE ALSO EXTENDS TO AN AMBITIOUS RECORDING PROGRAM, DESIGNED TO MAKE MORE CANADIAN CLASSICAL RECORDINGS AVAILABLE FOR BROADCAST -- AND ALSO FOR PURCHASE. THE HEART OF THIS PROGRAM IS THE SM-5000 DIGITAL SERIES. AT LAST COUNT, THERE WERE SOME NINETY CBC DISCS IN COMMERCIAL RELEASE.

WE REALIZE THAT IF WE DON'T ENLARGE THE CATALOGUE OF CANADIAN CLASSICS, NO ONE ELSE WILL.

OUR OWN "CBC CLASSICS" CASSETTES ARE DESIGNED TO GET OUR RECORDINGS ON THE AIR ON OUR OWN PROGRAMS, IN ADVANCE OF, OR AS AN ALTERNATIVE TO, GENERAL DISTRIBUTION. BY THE END OF THIS SEASON, ABOUT SIXTY CASSETTES SHOULD BE AVAILABLE TO OUR PROGRAMMERS.

OUR CLASSICAL RECORDINGS USE 100% CANADIAN ARTISTS.

AND OUR CASSETTES USE 25% CANADIAN COMPOSERS. THESE RECORDINGS HAVE HELPED US RAISE THE LEVEL OF CANADIAN CONTENT IN OUR CLASSICAL MUSIC PROGRAMMING TO 20%. WE INTEND TO CONTINUE THESE RECORDING ACTIVITIES AT CURRENT LEVELS FOR THE NEXT FIVE YEARS, FUNDS PERMITTING.

MR. CHAIRMAN, OUR FIRST AUDIO/VISUAL PRESENTATION RECALLED
THE SIGHTS AND SOUNDS OF THE RADIO'S LEGACY.

LET'S PAUSE AGAIN AND LISTEN TO A MUSICAL MONTAGE IN FULL,
DIGITAL, STEREOPHONIC SOUND.

TAPE

(R-DAT + DIGITAL DISCS)

I'D LIKE TO THANK PRODUCER BILL GARRETT FOR THAT ARRANGEMENT
OF CBC BROADCASTS OF MUSIC EVENTS. IN ORDER, YOU HEARD:

o MONTREAL'S JUNO-AWARD-WINNING OLIVER JONES QUARTET, IN
CONCERT AT THE 1987 MONTREAL INTERNATIONAL JAZZ FESTIVAL;

o A BRIEF EXCERPT FROM WINTHROP, BY ISTVAN ANHALT

o RITA MACNEIL IN CONCERT;

o AND THE FINAL MOMENTS OF THE HOUR HAS COME, BY CANADIAN
COMPOSER, SROOL IRVING GLICK.

I'VE SPENT A LOT OF TIME DISCUSSING OUR CLASSICAL MUSIC PRODUCTION, BECAUSE OF ITS IMPORTANCE TO OUR LISTENERS AND TO CANADIAN COMPOSERS AND PERFORMERS.

WE SPEND OVER FOUR MILLION DOLLARS A YEAR IN ARTISTS' FEES AND BROADCAST RIGHTS.

THROUGH OUR NATIONAL AUDITIONS AND COMPETITIONS WE CREATE AND SUSTAIN MUSICAL STARS.

PEOPLE WHO ORGANIZE CLASSICAL MUSIC CONCERTS, SERIES AND FESTIVALS SAY THAT WITHOUT OUR INVOLVEMENT, THEY SIMPLY COULD NOT DO A FRACTION OF WHAT THEY DO. WITHOUT THE SUPPORT OF A PROGRAM LIKE TWO NEW HOURS, FOR INSTANCE, MANY OF THE CONTEMPORARY MUSIC SOCIETIES IN THE COUNTRY WOULD NOT SURVIVE.

RADIO MUSIC'S ROLE IS NO LONGER THAT OF IMPRESARIO OR PATRON. WE ARE CATALYSTS AND REFLECTORS. OUR CREATIVE INVOLVEMENT HELPS SHAPE, SUPPORT AND SHOWCASE MUSIC ACROSS THE COUNTRY.

CBC RADIO IS THE MAJOR FORCE IN THE CLASSICAL MUSIC LIFE OF CANADA. OUR INVESTMENT IS CONSIDERABLE BUT THE DIVIDENDS ARE PRICELESS.

POPULAR PERFORMANCE AND ENTERTAINMENT ARE THE RESPONSIBILITY OF THE RADIO VARIETY DEPARTMENT . . . AND HERE AGAIN, THERE HAVE BEEN MANY HIGHLIGHTS OVER THE PAST FEW YEARS.

LIVE CONCERTS OF JAZZ, FOLK AND POPULAR MUSIC FROM ACROSS CANADA AND FROM THE MANY FOLK AND JAZZ FESTIVALS, ARE HEARD ON PROGRAMS SUCH AS JAZZ BEAT, SIMPLY FOLK AND THE ENTERTAINERS.

RADIO VARIETY CO-SPONSORS A NATIONAL JAZZ COMPETITION IN CONJUNCTION WITH THE MONTREAL INTERNATIONAL JAZZ FESTIVAL, AND WINNERS RECEIVE BROADCAST AND RECORDING OPPORTUNITIES.

A MAJOR MANDATE OF THE VARIETY DEPARTMENT IS TO SUPPORT AND ENCOURAGE REGIONAL PERFORMERS ACROSS CANADA. WE DISCOVER AND RECORD PROMISING PERFORMERS IN EACH REGION AND BOOST THEIR CAREERS THROUGH WIDER EXPOSURE. WE DISTRIBUTE THE RECORDS FOR AIRPLAY ON ALL OF OUR LOCAL STATIONS, AS WELL AS ON NETWORK PROGRAMS.

IN ADDITION TO THESE NATIONAL INITIATIVES, SUPPORT FOR REGIONAL TALENT TAKES DIFFERENT FORMS IN DIFFERENT LOCATIONS.

LAST SPRING DURING A TRIP TO VANCOUVER, I VISITED GRANVILLE ISLAND, THE SITE OF OUR ON-LOCATION PRODUCTION OF "CHEZ GATTUSO", A POPULAR SOAP OPERA WHICH PLAYS ON VANCOUVER'S AFTERNOON SHOW. THERE I SAW FIRST HAND, THE POWER OF LIVE RADIO TO DELIGHT AND ENTERTAIN.

CBC RADIO VARIETY ^{HAS} ~~ALSO~~ CONDUCTED ^{ED} ~~ANNUAL~~ SONG-WRITING CONTESTS IN THE MARITIMES AND ALBERTA.

IN 1985, WE MOUNTED "COALTOWN JUBILEE" IN GLACE BAY. THIS BENEFIT DREW EXTENSIVE MEDIA COVERAGE, EMPLOYED MANY CAPE BRETON PERFORMERS, AND RAISED MORE THAN FIFTY THOUSAND DOLLARS FOR THE GLACE BAY FOOD BANK.

THE ROYAL CANADIAN AIR FARCE HAS ALSO BEEN VERY ACTIVE IN THIS KIND OF COMMUNITY SERVICE WORK. FOR THE PAST TWO YEARS, THE AIR FARCE HAS TRAVELLED FROM ONE END OF CANADA TO THE OTHER, TO TAPE ITS WEEKLY HALF-HOUR COMEDY SERIES IN FRONT OF LIVE AUDIENCES IN COMMUNITIES LARGE AND SMALL. AT THE SAME TIME, THESE AIR FARCE APPEARANCES RAISED HALF A MILLION DOLLARS FOR LOCAL MEDICAL CHARITIES, SOCIAL SERVICE ORGANIZATIONS, AND ARTS GROUPS.

NEW COMEDY TROUPES LIKE DOUBLE EXPOSURE, THE NORM AND THE FRANTICS HAVE BEEN NURTURED BY CBC RADIO VARIETY OVER THE PAST FEW YEARS. WE HAVE FED AND WATERED JOKERS LIKE THESE, ONLY TO BECOME THE BUTT OF THEIR SATIRE ON PROGRAMS SUCH AS "THIS HOUR HAS SEVENTEEN PROGRAMS," AND "INVESTIGATION OF A CORPORATION ABOVE SUSPICION."

VARIETY HAS CREATED INNOVATIVE FORMS OF PROGRAMMING WHICH REACH OUT TO NEW AUDIENCES, REFLECT CHANGING TIMES, AND STRETCH THE LIMITS OF THE RADIO MEDIUM.

WE'VE DEVELOPED HOSTS WHO ARE ECCENTRIC, IRREVERENT AND THOROUGHLY CHARMING . . . SUCH AS VICKI GABEREAU, OR BASIC BLACK WITH ARTHUR BLACK; JACK FARR OF THE RADIO SHOW; AND RALPH BENMURGUI ON PRIME TIME.

THEY HAVE PROVEN THAT RADIO WHICH ENTERTAINS CAN ALSO INFORM, ENLIGHTEN AND STIMULATE.

PERHAPS THE SINGLE MOST IMPORTANT NEW PROGRAM INNOVATION TO COME OUT OF THE VARIETY DEPARTMENT IN RECENT YEARS, IS THE DEVELOPMENT OF ALL-NIGHT STEREO IN 1984.

BRAVE NEW WAVES AND NIGHT LINES HAVE ATTRACTED A YOUNGER AND PREVIOUSLY UNTAPPED AUDIENCE WITH NEW FORMS OF PRESENTATION, CONTEMPORARY AND AVANT-GARDE POP MUSIC AND CULTURE.

P A U S E

RADIO DRAMA IS ANOTHER PERFORMANCE AREA WHERE CBC HAS TRADITIONALLY EXCELLED.

WE BROADCAST MORE THAN FOUR HOURS A WEEK OF CANADIAN RADIO DRAMA ON SUNDAY MATINEE, STEREO THEATRE, VANISHING POINT AND MORNINGSIDE.

THESE DRAMAS FILL THE EQUIVALENT OF A MILLION THEATRE SEATS A WEEK, MORE THAN THE COMBINED AUDIENCES OF ALL CANADIAN THEATRE COMPANIES.

OVER THE PAST FEW YEARS, WE HAVE BUILT ON OUR DRAMA TRADITIONS, WHILE BRANCHING OUT IN SOME INTERESTING AND EXCITING NEW DIRECTIONS.

AMONG THESE ARE TWO NEW DRAMA PROGRAMS WHICH HAVE PROVED POPULAR WITH OUR LISTENERS.

VANISHING POINT INTRODUCES NEW WRITERS TO THE RADIO MEDIUM, AND EXPERIMENTS WITH THE LATEST PRODUCTION TECHNIQUES. ITS CONTEMPORARY BLEND OF SUSPENSE AND FANTASY HAS ALSO MADE IT AN ATTRACTIVE PROGRAM FOR SYNDICATION TO THE UNITED STATES.

MORNINGSIDE DRAMA BRINGS THE DAILY SERIAL BACK TO RADIO. WITH ORIGINAL WORKS ON THEMES OF HISTORICAL INTEREST OR CONTEMPORARY RELEVANCE. TOGETHER, VANISHING POINT AND MORNINGSIDE DRAMA HAVE CREATED NEW AND MUCH LARGER AUDIENCES FOR RADIO DRAMA THAN THE FORM HAS ENJOYED FOR MANY YEARS.

SUNDAY MATINEE AND STEREO THEATRE HAVE ALSO USED DRAMA TO EXPLORE CURRENT EVENTS, HISTORY AND THE CANADIAN CONSCIOUSNESS.

FOR INSTANCE, THE SCALES OF JUSTICE, WITH HOST EDWARD L. GREENSPAN, EXPLORES THE CARRIAGE AND MISCARRIAGE OF JUSTICE THROUGH THE RECREATION OF ACTUAL TRIALS.

PLAYING FOR KEEPS WAS A SERIES WHICH DRAMATIZED SOME OF THE TRIUMPHANT AND TRAGIC STORIES OF PROFESSIONAL AND AMATEUR SPORTS.

THE ANNUAL SEXTET SERIES FEATURES NEW PLAYS BY WOMEN WRITERS.

CBC RADIO DRAMA IS AN INTEGRAL PART OF THE CANADIAN THEATRE SCENE. WE RECORD AND BROADCAST PRODUCTIONS FROM SUCH STAGES AS THE STRATFORD FESTIVAL AND THE CENTAUR THEATRE IN MONTREAL.

RADIO DRAMA IS PARTICULARLY IMPORTANT TO CANADIAN WRITERS. WE HAVE ORGANIZED SEVERAL WORKSHOPS AT THE NATIONAL AND REGIONAL LEVELS TO TRAIN WRITERS IN THE SPECIAL REQUIREMENTS OF THE RADIO MEDIUM. WE EMPLOY A SCRIPT CONSULTANT TO READ NEW MANUSCRIPTS AND ADVISE WRITERS ON WORKS IN PROGRESS.

IN ALL, CBC COMMISSIONS APPROXIMATELY 150 RADIO PLAYS A YEAR FOR NETWORK AND REGIONAL BROADCAST. SOME ARE ORIGINAL; SOME ARE ADAPTATIONS. ALL ARE BY CANADIAN WRITERS.

SOME OF OUR BEST RADIO DRAMA HAS GROWN OUT OF ADAPTATIONS OF CLASSICS AND CONTEMPORARY WORKS. I'M PARTICULARLY LOOKING FORWARD TO ONE THIS SEASON. IT'S AN ADAPTATION OF TIMOTHY FINDLAY'S NOVEL, FAMOUS LAST WORDS, WHICH WILL BE PREPARED FOR RADIO BY THE AUTHOR HIMSELF.

P A U S E

OUR COMMITMENT TO CANADIAN WRITERS EXTENDS WELL BEYOND RADIO DRAMA, INTO THE AREA WE CALL RADIO FEATURES.

THE CBC RADIO LITERARY COMPETITION IS NOW IN ITS NINTH YEAR AND IS SECOND ONLY TO THE GOVERNOR GENERAL'S AWARDS IN NATIONAL IMPORTANCE AS A LITERARY PRIZE.

ON STATE OF THE ARTS, THE BEST OF CANADIAN WRITING IS HEARD ON THE WEEKLY HALF-HOUR LITERARY FEATURE, BROADCAST ON BOTH NETWORKS. MOST OF THESE LITERARY FEATURES ARE COMMISSIONED ESPECIALLY FOR BROADCAST.

MANY OF OUR PROGRAMS INTERVIEW CANADIAN AUTHORS. QUILL AND QUIRE, THE NATIONAL BOOK INDUSTRY PUBLICATION, HAS NOTED THAT COVERAGE ON MORNINGSIDE MAY BE THE SINGLE MOST IMPORTANT FACTOR IN HOW WELL A BOOK SELLS IN CANADIAN BOOK STORES.

P A U S E

RADIO IS AN IDEAL MEDIUM FOR DEBATE AND DISCUSSION OF
IDEAS.

OUR PROGRAM CALLED "IDEAS," IS INTO ITS TWENTY-SECOND SEASON.
IT IS REGARDED AS ONE OF THE COUNTRY'S MOST SIGNIFICANT OUTLET FOR
CONTEMPORARY THOUGHT.

WITH HOST LISTER SINCLAIR, IDEAS PRESENTS NIGHTLY SERIES
OF HOUR-LONG DOCUMENTARIES ON A WIDE VARIETY OF SUBJECTS.

THIS SEASON, THE PROGRAM IS DEALING WITH TOPICS AS
DIVERSE AS:

- * MEDICINE
- * AGRICULTURE
- * THE REBELLION OF 1837
- * MANAGEMENT THEORY
- * NEW DIRECTIONS IN CRIMINAL LAW
- * INVENTION AND THE CREATIVE PROCESS
- * FRENCH IMERSION
- * ISLAM
- * AND....THE CRUSADES FROM AN ARAB PERSPECTIVE

AS WELL, IDEAS COMMISSIONS THE ANNUAL MASSEY LECTURES.
THIS YEAR'S LECTURER IS CANADIAN THEOLOGIAN GREGORY BAUM.
DURING THE CBC'S FIFTIETH ANNIVERSARY, IDEAS ALSO INAUGURATED THE
GRAHAM SPRY LECTURE, GIVEN EACH YEAR BY A DISTINGUISHED CANADIAN
IN THE COMMUNICATIONS FIELD.

PUBLIC RADIO IS ALSO THE ONLY NATIONAL BROADCAST FORUM
FOR SERIOUS ARTS JOURNALISM.

TWO DAILY ARTS REPORTS ARE HEARD EACH WEEKDAY ON STEREO
MORNING.

TWO YEARS AGO WE RENEWED OUR COMMITMENT TO THE ARTS BY LAUNCHING A TWO-HOUR WEEKLY PROGRAM CALLED STATE OF THE ARTS. IT'S A JOURNAL OF NATIONAL AND INTERNATIONAL ARTS INFORMATION AND CRITICISM. HOSTED BY SHELAGH ROGERS. IT HAS A PROMINENT PLACE ON BOTH NETWORK SCHEDULES AND RELIES HEAVILY ON REGIONAL CONTRIBUTIONS.

THE ARTS REPORT AND STATE OF THE ARTS ARE "MUST" LISTENING FOR ANYONE INVOLVED IN -- OR INTERESTED IN -- THE ARTISTIC LIFE OF THE COUNTRY.

IN THE FIELD OF RELIGION, WE STARTED ANOTHER NEW PROGRAM CALLED OPEN HOUSE, HOSTED BY PETER MEGGS.

OPEN HOUSE EXAMINES ISSUES OF SPIRITUALITY, ETHICS, VALUES AND HUMAN BEHAVIOUR FROM A RELIGIOUS, BUT NON-SECTARIAN, PERSPECTIVE.

P A U S E

SO, MR. CHAIRMAN, THAT CONCLUDES MY ^{OVERVIEW/}~~DESCRIPTION~~ OF OUR SIX NETWORK PROGRAM DEPARTMENTS, AND SOME OF THEIR ACHIEVEMENTS.

NOW, AS YOU KNOW, THIS IS A NETWORK LICENSE RENEWAL. BUT I WOULD LIKE TO COMMENT ON SOME OF OUR LOCAL AND REGIONAL ACCOMPLISHMENTS.

IN MY PRESENTATION TODAY, I'VE TRIED TO MAKE YOU AWARE OF HOW IMPORTANT THE REGIONS ARE TO THE INTEGRITY OF THE NATIONAL SERVICE.

SPECIFICALLY, EACH OF OUR REGIONS FULFILLS THREE MAIN FUNCTIONS.

THEY DISTRIBUTE NETWORK PROGRAMMING; THEY PRODUCE LOCAL AND REGIONAL PROGRAMMING FOR THEIR OWN PART OF THE COUNTRY; AND THEY CONTRIBUTE PROGRAMMING WHICH REFLECTS THE REGION ON THE NETWORK.

LET ME REMIND YOU THAT ROUGHLY TWO-THIRDS OF ALL THE PROGRAMMING YOU HEAR ON CBC RADIO AND CBC STEREO ORIGINATES IN THE REGIONS. THIS INCLUDES A FULL RANGE OF CONTRIBUTIONS TO NETWORK INFORMATION AND PERFORMANCE PROGRAMS.

EQUALLY IMPORTANT, IS THE FORTY HOURS A WEEK WHICH OUR TWO NETWORKS SET ASIDE FOR STRICTLY LOCAL AND REGIONAL PROGRAMMING: INCLUDING MORNING AND AFTERNOON SHOWS IN PRIME LISTENING TIMES EACH WEEKDAY; RADIO NOONS WITH THEIR EMPHASIS ON AGRICULTURE AND RESOURCES, AND THEIR OPPORTUNITY FOR LISTENER INVOLVEMENT THROUGH PHONE-INS; WEEKEND MORNING PROGRAMS; REGIONAL PERFORMANCE PROGRAMS ON BOTH NETWORKS; LOCAL AND REGIONAL NEWSCASTS; AND SHORTER LOCAL INFORMATION UPDATES THROUGHOUT THE DAY FOR WEATHER, SPORTS, MARKET REPORTS AND PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS.

CBC RADIO PROVIDES A LOCAL INFORMATION SERVICE WHICH IS UTTERLY DISTINCTIVE FROM THAT AVAILABLE FROM OTHER MEDIA SOURCES. THAT SERVICE IS BACKED UP BY THE RESOURCES OF THE NATIONAL ORGANIZATION, AND MEETS NATIONAL STANDARDS OF QUALITY. AT THE SAME TIME, IT IS TAILORED TO THE SPECIFIC NEEDS OF EACH PART OF THE COUNTRY. WE MAKE SURE OUR LOCAL PROGRAMMERS HAVE THE FLEXIBILITY THEY NEED TO RESPOND TO LOCAL CIRCUMSTANCES: BE IT THE FISHERMAN'S BROADCAST IN NEWFOUNDLAND, OR EDMONTON'S AWARD-WINNING SUPPORT OF LOCAL ARTS -- JUST TO MENTION TWO OF COUNTLESS EXAMPLES.

OUR LOCAL AND REGIONAL MORNING SHOWS ARE PARTICULARLY IMPORTANT IN THIS RESPECT. THEY ARE ~~NOTHING LESS THAN~~ THE "ENGINE" WHICH DRIVES THE CBC RADIO SERVICE. THEY ARE A CRUCIAL PART OF WHAT WE DO.

I CAN'T BEGIN TO SURVEY THE ACCOMPLISHMENTS OF ALL OUR INDIVIDUAL REGIONAL OPERATIONS.

BUT THERE IS ONE REGION OF THE COUNTRY WHICH I WOULD LIKE TO FOCUS ON FOR A MINUTE OR TWO....BECAUSE IT IS OF SUCH SPECIAL IMPORTANCE.

I'M REFERRING TO OUR NORTHERN SERVICE, WHICH SERVES NINETY THOUSAND PEOPLE. SPREAD ACROSS ONE-THIRD OF THE LAND MASS OF CANADA, FROM THE YUKON TO BAFFIN ISLAND.

SIX NORTHERN SERVICE PRODUCTION CENTRES PRODUCE 220 HOURS OF REGIONAL PROGRAMMING EACH WEEK. ONE HUNDRED OF THESE HOURS ARE IN SEVEN ABORIGINAL LANGUAGES. FOLLOWING OUR LAST LICENSE RENEWAL HEARING, THE RANKIN INLET PRODUCTION CENTRE WAS ESTABLISHED TO MEET THE SPECIAL NEEDS OF THE KEEWATIN REGION. WE EXPANDED OUR OPERATIONS IN "ee-CAL-oo-eet" BY OPENING A NEW BROADCAST CENTRE THERE. WE ALSO OPENED A NEW BUREAU IN "KOO-joo-wak", WHICH HAS GREATLY IMPROVED OUR COVERAGE OF ARCTIC QUEBEC.

ALL OF THIS REGIONAL PROGRAMMING, ALONG WITH THE NETWORK SCHEDULE, IS DISTRIBUTED VIA SATELLITE TO ONE HUNDRED NORTHERN TRANSMITTERS, OF WHICH THIRTY-SEVEN ARE COMMUNITY-OWNED. WE OFFER COMMUNITY ACCESS TIME ON MANY OF OUR OWN TRANSMITTERS, AND PROVIDE DISTRIBUTION FACILITIES FOR THREE INDEPENDENT NATIVE BROADCASTING AGENCIES. AS WELL, THE NORTHERN SHORTWAVE SERVICE OFFERS A MIXED SCHEDULE OF ENGLISH, FRENCH AND NATIVE LANGUAGE PROGRAMMING. WITH THE ASSISTANCE OF THE GOVERNMENTS OF THE YUKON AND NORTHWEST TERRITORIES, CBC RADIO SERVICE HAS BEEN EXTENDED TO ALL COMMUNITIES IN BOTH TERRITORIES.

MANY OF OUR NORTHERN BROADCASTERS ARE NATIVE CANADIANS. RECENTLY, WE APPOINTED A NORTHERN SERVICE TRAINING CO-ORDINATOR TO IMPROVE THE LEVEL OF TRAINING WE OFFER THERE.

P A U S E

NORTHERN BROADCASTERS LEARN TO LIVE WITH NORTHERN CONDITIONS. THEY TRAVEL BY SKIDOO, CANOE AND FLOAT PLANE. THEY BATTLE STORMS, POLAR BEARS, MOSQUITOES AND BLACK FLIES.

A FEW YEARS AGO, A SEVERE STORM CAUSED TOTAL WHITE-OUT CONDITIONS FOR A WEEK IN "ee-KAL-oo-eet." MEMBERS OF THE BILINGUAL MORNING SHOW TEAM WERE TRAPPED IN THEIR HOMES. BUT THEY KEPT THE PROGRAM GOING BY PHONE. NEEDLESS TO SAY, IT IS IN EMERGENCIES LIKE THIS THAT CBC'S NORTHERN SERVICE PROVES ITS ROLE AS AN ESSENTIAL LIFELINE.

NORTHERN PRODUCTIONS HAVE BEEN FEATURED ON SUCH NETWORK SHOWS AS THE ENTERTAINERS, THE HOUSE, AND SUNDAY MORNING; AND IN HOLIDAY PROGRAMMING LIKE THE 1987 NORTHERN NEW YEAR'S SPECIAL.

IN ADDITION TO REGULAR PROGRAMMING, NORTHERN SERVICE PRESENTS EXTENSIVE, OFTEN LIVE COVERAGE OF MAJOR SPECIAL EVENTS IN ENGLISH AND NATIVE LANGUAGES. THE POPE'S VISIT TO FORT SIMPSON IS ONLY THE MOST RECENT EXAMPLE.

EACH YEAR, NORTHERN SERVICE ALSO PRODUCES SEVERAL MAJOR DOCUMENTARIES. IN 1985, THE SERVICE RECEIVED ITS FIRST INTERNATIONAL GABRIEL AWARD FOR A DOCUMENTARY ABOUT YOUTH SUICIDE IN THE NORTH.

LIKE OTHER REGIONS, THE NORTH PRODUCES PERFORMANCE AND ENTERTAINMENT PROGRAMS, AND SINCE 1978, TWENTY-SEVEN BROADCAST RECORDINGS HAVE BEEN PRODUCED FOR ON-AIR USE, FEATURING NORTHERN MUSICIANS AND SINGERS, MOST OF THEM PERFORMING IN ABORIGINAL LANGUAGES.

CBC RADIO'S NORTHERN SERVICE OVERCOMES VAST DISTANCES,
SEVERE CLIMATIC CONDITIONS, AND EXTREME ISOLATION.

THE NORTHERN SERVICE IS PERHAPS THE SINGLE MOST IMPORTANT
FORCE IN ENSURING THAT THE PEOPLE OF THE NORTH ARE -- AND FEEL THAT
THEY ARE -- AN IMPORTANT PART OF CANADA AND CANADIAN LIFE.

NOW I'D LIKE TO TURN TO THE FUTURE.

WHEN I SPEAK OF THE FUTURE, IT IS WHERE I THINK PUBLIC RADIO SHOULD GO IN THE NEXT FIVE YEARS AND INTO THE 21ST CENTURY. BUT AS I SHARE THIS VISION WITH YOU, I MUST EMPHASIZE THAT IT CAN'T BE CONSIDERED A COMMITMENT SIMPLY BECAUSE I DO NOT KNOW IF OR WHEN WE WILL HAVE THE RESOURCES TO CONVERT THE VISION INTO REALITY.

THERE ARE SOME NEEDS WHICH ARE SO URGENT, THAT WE ARE DETERMINED TO BEGIN DOING SOMETHING ABOUT THEM . . . EVEN IF THAT REQUIRES REDIRECTION FROM A SHRINKING FUNDING BASE.

ONE OF THESE IS THE WHOLE AREA OF "RESEARCH AND DEVELOPMENT". THE BROADCASTING MEDIUM DEPENDS FOR ITS VERY SURVIVAL ON RAPID CHANGE AND INNOVATION -- NOT ONLY TECHNICALLY, BUT ALSO FROM A CREATIVE POINT OF VIEW. IT IS ABSOLUTELY VITAL FOR US TO RESTORE AN ACTIVE TRAINING PROGRAM, TO BRING NEW PEOPLE WITH NEW IDEAS INTO THE SERVICE, AND TO KEEP CONSTANTLY UPGRADING AND RETRAINING OUR PRESENT STAFF.

IT'S ALSO CRUCIAL FOR US TO BE IN A POSITION TO TAKE RISKS: TO TRY OUT NEW IDEAS AND PROGRAM CONCEPTS...TO REACH OUT TO NEW AUDIENCES... TO EXPLORE NEW SUBJECTS IN NEW WAYS.

I WANT TO SEE MORE WOMEN IN ON-AIR ROLES, AND MORE REPRESENTATIVES OF MINORITY GROUPS. THAT, TOO, REQUIRES TRAINING. AND TRAINING COSTS MONEY.

I ALSO KNOW WE MUST PREPARE OURSELVES FOR THE DIGITAL REVOLUTION, BY UPGRADING OUR EQUIPMENT, AND TRAINING OUR STAFF IN ITS USE.

I WANT TO SEE US BROADEN THE SERVICE, WITHOUT NEGLECTING ANY OF OUR TRADITIONAL RESPONSIBILITIES.

WHILE CONTINUING TO SERVE OUR LOYAL, CORE AUDIENCE, I THINK WE SHOULD ALSO BE ATTRACTING YOUNGER LISTENERS, SO THAT OUR AUDIENCE DEMOGRAPHIC MOVES CLOSER TO THE NATIONAL AVERAGE, AND WE COULD FEEL THAT WE WERE, IN FACT, SERVING CANADIANS OF ALL AGES, TASTES AND INTERESTS, AS THE BROADCASTING ACT SAYS WE MUST.

THERE IS MUCH MORE WE COULD DO, IF THE FUNDS WE HAVE LOST OVER THE PAST THREE YEARS WERE RESTORED TO US.

IN THAT CASE, THE FIRST PRIORITY WOULD BE TO RESTORE RESOURCES TO CURRENT INITIATIVES.

WE WOULD PROCEED WITH FULL EXTENSION OF THE STEREO NETWORK -- ESPECIALLY TO MAJOR CENTRES LIKE THE PROVINCIAL CAPITALS OF VICTORIA AND CHARLOTTETOWN.

AT THE SAME TIME, WE WOULD ENHANCE OUR PERFORMANCE PROGRAMMING ON STEREO: MORE CONCERTS AND DRAMAS, MORE COMMISSIONS OF NEW MUSICAL AND LITERARY WORKS, MORE CLASSICAL MUSIC RECORDINGS. ALL OF THIS WOULD NATURALLY RESULT IN MORE CANADIAN CONTENT.

ON THE RADIO NETWORK, THERE WOULD ALSO BE A TWO-TRACK APPROACH: MORE FACILITIES, AND BETTER PROGRAMMING.

WE WOULD RESUME THE AFFILIATE REPLACEMENT PROGRAM AND THE ACCELERATED COVERAGE PLAN. WE WOULD SEEK WAYS TO RECTIFY SUBSTANDARD AM RECEPTION IN SOME OF OUR URBAN CENTRES AND OUTLYING AREAS.

AT THE SAME TIME, I WOULD WANT TO SEE FUNDS RESTORED TO EXISTING INFORMATION PROGRAMMING. I WOULD WANT TO ENRICH OUR LOCAL AND REGIONAL SHOWS. I WOULD WANT TO RETURN ADEQUATE RESOURCES TO MANY OF OUR MAJOR NETWORK PROGRAMS. I WOULD WANT TO CONTINUE THE DEVELOPMENT OF MORE SPECIALIZED INFORMATION PROGRAMS (SUCH AS AN ON-GOING REVIEW OF THE TECHNOLOGICAL REVOLUTION).

FINALLY, THERE ARE THE TRULY VISIONARY PROJECTS, WHICH MUST AWAIT FURTHER INCREMENTAL FUNDING.

VERY NEAR THE TOP OF THAT LIST, IS OUR LONG-STANDING DESIRE TO IMPLEMENT ONE OF THE MAJOR RECOMMENDATIONS OF THE RADIO DEVELOPMENT PROJECT: NAMELY, TO OPEN SMALL "STOREFRONT" BUREAUS IN COMMUNITIES OF A HUNDRED THOUSAND PEOPLE OR MORE, WHERE WE CURRENTLY HAVE A TRANSMITTER, BUT NO LOCAL JOURNALISTIC PRESENCE. THE STOREFRONT STRATEGY IS DESIGNED TO FILL IN WHAT HAVE BEEN CALLED THE "GEOGRAPHIC BLACK HOLES" IN OUR INFORMATION NETWORK. IT WOULD GIVE THESE DISENFRANCHISED PARTS OF THE COUNTRY THEIR OWN MORNING SHOWS, THEIR OWN NEWSCASTS AND INFORMATION. PERHAPS EVEN MORE IMPORTANT, THESE STOREFRONTS WOULD GIVE THEIR LOCATIONS A "WINDOW" ON THE NETWORK, THROUGH THE CONTRIBUTIONS THEY COULD MAKE TO REGIONAL AND NATIONAL PROGRAMMING.

ANOTHER AREA I THINK WE MUST EXPLORE VIGOROUSLY IS CO-OPERATION AND CO-PRODUCTION WITH PRIVATE BROADCASTERS. I BELIEVE THERE ARE CERTAIN TYPES OF PROGRAMMING -- LIKE POPULAR MUSIC, COMEDY, CHILDREN'S PROGRAMMING AND SPECIALIZED INFORMATION -- WHERE WE COULD WORK CLOSELY WITH THE PRIVATE SECTOR TO OUR MUTUAL BENEFIT -- AND THAT OF ALL CANADIANS.

AND I THINK THERE'S STILL ROOM FOR US TO EXPLORE THE POSSIBILITY OF ADDING ADDITIONAL SERVICES ... AS LONG AS WE CAN BE SURE THAT THEY WILL NOT THREATEN IN ANY WAY THE STRENGTH AND QUALITY OF THE BASIC TWO-NETWORK SERVICE -- BUT, RATHER, COMPLEMENT AND ENHANCE IT.

(AD LIB - CABLE AUDIO)

MR. CHAIRMAN AND MEMBERS OF THE COMMISSION. IN MY PRESENTATION TO YOU THIS MORNING, I HAVE SPOKEN OF THE PAST, THE PRESENT AND FUTURE. I HAVE SHARED WITH YOU SOME OF MY OWN FEELINGS ABOUT PUBLIC RADIO ... FEELINGS WHICH I BELIEVE ARE SHARED BY OUR EMPLOYEES AND LISTENERS.

WHILE CELEBRATING OUR FIFTIETH ANNIVERSARY LAST YEAR, WE HAD A CHANCE TO STOP AND THINK ABOUT THE GREAT TRADITION WHICH WE INHERIT. AND IT REMINDED US OF THE RESPONSIBILITY WE NOW BEAR TO PRESERVE AND STRENGTHEN THAT TRADITION.

LATER TODAY, AFTER YOU HAVE HEARD ABOUT SOME OF THE REALITIES WHICH ARE FACING THE CORPORATION, I'LL RETURN AND TELL YOU ABOUT ENGLISH RADIO'S RESPONSE TO THAT REALITY. I'LL ALSO OUTLINE OUR POSITION ON SOME OF THE ISSUES WHICH CONCERN THE COMMISSION, AS THEY CONCERN US.

IN THE MEANTIME, THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR TIME AND YOUR ATTENTION THIS MORNING.



Statement by Michael McEwen,
Vice-President,
English Radio Networks,
Canadian Broadcasting Corporation,
to the CRTC Public Hearing
to consider the renewal of the
radio network licences of the CBC

THE GREATEST CHALLENGE FACING ENGLISH RADIO OVER THE PAST SEVERAL YEARS, HAS BEEN TO MAINTAIN THE DISTINCTIVENESS AND INNOVATION OF OUR PROGRAMMING, WHILE ABSORBING VERY SIGNIFICANT ECONOMIC SHORTFALLS.

I BELIEVE WE HAVE MET THAT CHALLENGE. THAT IS WHAT I TRIED TO DEMONSTRATE TO YOU IN MY PRESENTATION THIS MORNING.

I HOPE YOU WILL AGREE, THAT WHAT WE HAVE DONE, AND WHAT WE CONTINUE TO DO, IN ENGLISH RADIO IS QUITE REMARKABLE. IT'S ALL THE MORE REMARKABLE, GIVEN WHAT WE HAVE EXPERIENCED IN TERMS OF REAL BUDGET CUTS, STAFF REDUCTIONS, AND LOSS OF BUYING POWER THROUGH INFLATION. AT THE NETWORK AND REGIONAL LEVELS, THESE NEGATIVE FINANCIAL IMPACTS ADD UP TO ALMOST TEN MILLION DOLLARS IN THE PAST THREE YEARS ALONE.

I AM GRATEFUL TO THE SENIOR MANAGEMENT AND BOARD OF DIRECTORS OF THE CORPORATION, FOR TAKING STEPS TO ENSURE THAT ENGLISH RADIO HAS BEEN SPARED THE FULL FORCE OF ECONOMIC RESTRAINT TO THIS POINT. I AM DELIGHTED THAT THE BOARD HAS RECENTLY CONFIRMED ITS DETERMINATION TO DO EVERYTHING IN ITS POWER TO ENSURE THAT ENGLISH RADIO DOES NOT SUFFER FURTHER LOSSES IN THE IMMEDIATE FUTURE.

CLEARLY THEY RECOGNIZE HOW EFFICIENTLY, EFFECTIVELY AND ECONOMICALLY ENGLISH RADIO FULFILLS THE PUBLIC BROADCASTING MANDATE.

AT THE NETWORK LEVEL, AS YOU HAVE SEEN, THE VAST MAJORITY OF OUR OPERATING DOLLARS IS SPENT DIRECTLY ON PROGRAMMING. A GREAT DEAL OF THAT MONEY GOES STRAIGHT INTO THE POCKETS OF CANADIAN TALENT: WRITERS, MUSICIANS AND PERFORMERS.

IF I MAY SAY SO, WE ARE ALSO VERY EFFICIENTLY MANAGED. LET ME GIVE YOU A COUPLE OF EXAMPLES. A MANAGEMENT GROUP OF THREE RUNS ONE NATIONAL DEPARTMENT OF SEVENTY PEOPLE. TWO MANAGERS SUPERVISE A REGIONAL LOCATION WITH A STAFF OF SIXTY. ALTOGETHER, MANAGEMENT ACCOUNTS FOR LESS THAN 10% OF OUR TOTAL STAFF COMPLEMENT. WE ARE HARDLY TOP-HEAVY.

THE FINANCIAL CONSTRAINTS OF RECENT YEARS HAVE FORCED US TO BECOME EVEN LEANER AND MORE EFFICIENT. OUR PEOPLE HAVE BECOME EXTREMELY CREATIVE AT DOING MORE WITH LESS.

BUT I WOULD BE REMISS IF I DID NOT POINT OUT SOME OF THE WAYS IN WHICH DECLINING RESOURCES HAVE HURT PROGRAMMING.

HERE ARE SOME SPECIFIC EXAMPLES.

INFORMATION PROGRAMMING. SEVERAL NATIONAL REPORTER POSITIONS HAVE BEEN ELIMINATED OR LEFT VACANT, INCLUDING THOSE IN SUDBURY, QUEBEC CITY, YELLOWKNIFE AND REGINA. WE ARE FORCED TO RELY MORE HEAVILY ON WIRE SERVICES, AND CAN NO LONGER USE STRINGER REPORTS IN HOURLY NEWSCASTS. SOME STORIES RECEIVE LESS ATTENTION THAN THEY DESERVE -- OR NONE AT ALL. ECONOMICS SOMETIMES DICTATE HOW WE APPROACH A SUBJECT. YOU HEAR THE RESULTS ON OUR PROGRAMS EVERY DAY: A SIMPLE INTERVIEW EXPRESSING ONE POINT OF VIEW, INSTEAD OF A MORE COMPLEX DOCUMENTARY EXPLORING ALL SIDES OF THE TOPIC; THE TELEPHONE REPLACING A FACE-TO-FACE ENCOUNTER. A SHOW LIKE IT HAPPENS HAS LESS RESOURCES TO TRACK DOWN NEWSMAKERS OR FIRST-PERSON OBSERVERS, AND OFTEN HAS TO CONTACT A JOURNALIST INSTEAD.

PERFORMANCE PROGRAMMING. OUR CURRENT AFFAIRS PROGRAMS CAN NO LONGER COMMISSION AS MUCH MUSIC AND DRAMA. MUSICAL SATIRIST NANCY WHITE MAKES FEWER APPEARANCES ON SUNDAY MORNING. WHEN PERFORMERS ARE INTERVIEWED ON MORNINGSIDE, WE HAVE TO PLAY THEIR RECORDS INSTEAD OF ARRANGING LIVE STUDIO SESSIONS. IN CLASSICAL MUSIC, THERE ARE FAR FEWER CBC-ORIGINATED CONCERTS, AND NO MORE CBC FESTIVALS. THREE YEARS AGO, WE CLOSED DOWN THE CBC WINNIPEG ORCHESTRA. BOTH MUSIC AND DRAMA HAVE HAD TO COMMISSION WORKS FOR SMALLER CASTS AND ENSEMBLES. THERE ARE FEWER VARIETY SPECIALS.

SPORTS. THE 1984 GREY CUP BROADCAST WAS OUR FIFTIETH. THE 1985 BROADCAST WAS OUR LAST. JUST LAST WEEK, ANOTHER LONG-STANDING TRADITION ENDED WHEN WE WERE OUTBID FOR THE RIGHTS TO THE VANIER CUP: ONE OF THE COUNTRY'S MAJOR AMATEUR SPORTING EVENTS. WE ALSO HAVE LESS MONEY TO COVER CANADIANS COMPETING INTERNATIONALLY.

MORE REPEATS. SUNDAY MORNING RAN FIVE TIMES AS MANY REPEATS THIS PAST SUMMER AS IN PREVIOUS YEARS. IDEAS NOW REPEATS VIRTUALLY ALL ITS DOCUMENTARIES. EVERY ONE OF OUR ORCHESTRAL CONCERTS IS NOW HEARD AT LEAST TWICE.

FEWER FREELANCERS. ALL OF OUR PROGRAM DEPARTMENTS HAVE HAD TO REDUCE THEIR USE OF FREELANCE CONTRIBUTORS. THIS LIMITS THE RANGE AND SCOPE OF OUR PROGRAMMING. EVEN WORSE, IT CUTS OFF A VITAL SOURCE OF NEW BROADCASTING TALENT.

LESS TRAVEL. BOTH OUR INFORMATION AND PERFORMANCE PROGRAMS HAVE FEWER OPPORTUNITIES TO COVER MAJOR EVENTS WHERE THEY HAPPEN; TO PRODUCE ON-LOCATION DOCUMENTARIES; OR TO TAKE NETWORK PROGRAMS ON THE ROAD TO REFLECT DIFFERENT PARTS OF THE COUNTRY. REDUCED TRAVEL ALSO MEANS LESS INTERACTION BETWEEN NETWORK AND REGIONAL PRODUCERS: FEWER OPPORTUNITIES FOR SHARING VALUES AND IDEAS.

THE REGIONS THEMSELVES HAVE ALSO SUFFERED. PRODUCTION POSITIONS HAVE BEEN ELIMINATED. PERFORMANCE PROGRAMMING ACTIVITIES HAVE HAD TO BE CURTAILED, SO LESS MONEY IS FLOWING TO THE SUPPORT AND EXPOSURE OF REGIONAL TALENT. THERE ARE FEWER FREELANCE CONTRIBUTORS TO LOCAL PROGRAMS, SO IN-DEPTH JOURNALISM IS REDUCED. THERE ARE FEWER REMOTES AND SPECIALS, AND WE ARE LESS ABLE TO RESPOND TO EMERGENCY SITUATIONS. A NUMBER OF PROGRAMS HAVE BEEN CANCELLED ALTOGETHER, OR HAD THEIR SEASONS SHORTENED. IN SOME PARTS OF THE COUNTRY, SEVERAL LOCAL SHOWS HAVE HAD TO BE COMBINED INTO A SINGLE REGIONAL PROGRAM.

LACK OF RESOURCES HAS REDUCED THE ABILITY OF EACH REGION TO FULLY COVER ALL PARTS OF ITS OWN TERRITORY -- PARTICULARLY OUTLYING AREAS -- BECAUSE OF REDUCED TRAVEL AND STRINGER BUDGETS, AND UNFILLED REPORTER POSITIONS. BUDGET REDUCTIONS HAVE ALSO IMPAIRED THE REGION'S ABILITY TO REFLECT ITSELF ADEQUATELY ON THE NETWORK, THROUGH THE LOSS OF NETWORK PRODUCER POSITIONS IN MOST LOCATIONS.

THERE ARE MANY OTHER ASPECTS OF OUR FINANCIAL SITUATION WHICH MAY BE LESS OBVIOUS TO LISTENERS, BUT ARE EQUALLY OR EVEN MORE INSIDIOUS IN THE LONG-TERM.

OUR TRAINING ACTIVITIES, FOR INSTANCE, HAVE BEEN GREATLY CURTAILED. WE'RE ALREADY FEELING THE EFFECTS OF THIS, WHEN WE TRY TO RECRUIT NEW PEOPLE OR FILL KEY ON-AIR, PRODUCTION AND MANAGEMENT POSITIONS. IF WE CANNOT DEVELOP OUR OWN TALENT BASE, OUR STANDARDS ARE BOUND TO DECLINE IN THE FUTURE.

RECRUITMENT IS ALSO AFFECTED BY LACK OF FUNDS TO MOVE PROMISING INDIVIDUALS FROM ONE PART OF THE COUNTRY TO ANOTHER. THERE IS LESS OPPORTUNITY FOR ADVANCEMENT.

WORKLOAD IS ANOTHER CRUCIAL AREA OF CONCERN. WE HAVE ELIMINATED MANY POSITIONS, AND REFRAINED FROM FILLING MANY VACANCIES. WE HAVE SHARPLY REDUCED OVERTIME. WE HAVE NO RESOURCES FOR BACKUP AND RELIEF. THE RESULT CAN BE SUMMED UP IN ONE UNPLEASANT WORD: "BURNOUT."

ALL THIS NATURALLY HAS AN IMPACT ON STAFF MORALE . . . AND THAT, TOO, HAS A LONG-TERM EFFECT ON PROGRAM QUALITY. (THOUGH I MUST SAY I THINK OUR PEOPLE HAVE BORNE UP ADMIRABLY UNDER CONSIDERABLE STRAIN.)

I SPOKE THIS MORNING OF THE NEED FOR PUBLIC RADIO TO TAKE RISKS -- TO INNOVATE. WHEN YOU DON'T HAVE THE RESOURCES JUST TO MAINTAIN CURRENT ACTIVITY, THERE'S NOTHING LEFT OVER TO WORK ON DEVELOPING NEW IDEAS AND NEW PROJECTS. YOU CAN'T AFFORD TO TAKE A CHANCE ON UNTRIED TALENT. YOU HAVE TO PLAY IT SAFE.

EACH OF THE improvements WE HAVE MANAGED TO make, HAS HAD TO BE FINANCED by diverting funds -- FROM SOMEWHERE ELSE.

[REDACTED]

BECAUSE OF INFLATION, THE COST OF GOODS AND SERVICES CONTINUES TO RISE. THESE INCREASED COSTS HAVE HAD TO BE ABSORBED BY DIVERTING MONEY FROM PROGRAM FUNDS.

AND, OF COURSE, WE HAVE ABSOLUTELY NO MONEY AVAILABLE FOR ADEQUATE PUBLICITY AND PROMOTION OF OUR PROGRAMS.

~~REDACTED~~
~~REDACTED~~ ^{of all this,} THE POINT [^] IS THAT LACK OF FUNDS IS ALREADY BEGINNING TO AFFECT THE LEVEL AND THE QUALITY OF THE SERVICE WE ARE ABLE TO OFFER TO CANADIANS. OUR LISTENERS ARE ALREADY BEGINNING TO HEAR THESE EFFECTS. THEY HAVE EXPRESSED THEIR CONCERN ABOUT THEM TO US -- AND TO YOU, IN THEIR LETTERS OF INTERVENTION.

AND WE KNOW THAT THE POTENTIAL LONG-TERM IMPACT WILL BE MUCH MORE NEGATIVE. THAT'S WHY I SAID THIS MORNING, IN TALKING ABOUT OUR VISION OF THE FUTURE, THAT THE FIRST PRIORITY MUST BE TO RESTORE ADEQUATE RESOURCES TO CURRENT ACTIVITIES, BEFORE TACKLING OTHER URGENT ISSUES.

THE COMMISSION HAS JUST RECEIVED THE CBC'S NEW CORPORATE PLAN. IT IS DESIGNED, IN PART, TO PREVENT FURTHER EROSION OF THE RESOURCE BASE FOR ENGLISH RADIO. SHOULD THAT NOT HAPPEN, WE HAVE PREPARED DETAILED CONTINGENCY PLANS, IN THE EVENT THAT ADDITIONAL REDUCTIONS ARE REQUIRED. THOSE PLANS DO NOT PAINT A PRETTY PICTURE. WE SIMPLY CANNOT CONTINUE SPREADING FEWER AND FEWER RESOURCES, MORE AND MORE THINLY. RADICAL SURGERY WILL BE REQUIRED. AND THAT WILL INEVITABLY RESULT IN A FUNDAMENTAL CHANGE IN THE NATURE OF THE PUBLIC RADIO SERVICE AS WE KNOW IT.

NATURALLY, WE HOPE THAT FURTHER CUTS WILL NOT BE NECESSARY. BUT EVEN IF THE PROCESS IS HALTED AT THIS POINT, THAT ALONE WILL NOT BE SUFFICIENT TO COUNTERACT THE NEGATIVE IMPACTS WHICH HAVE ALREADY OCCURRED -- SOME OF WHICH I HAVE JUST DESCRIBED TO YOU. AND WITHOUT A FURTHER INFUSION OF FUNDS, WE WILL NOT BE IN A POSITION TO LAUNCH ANY OF THE FURTHER INITIATIVES WHICH ARE SO BADLY NEEDED.

THERE'S AN ANCIENT CHINESE CURSE WHICH GOES: "MAY YOU LIVE IN INTERESTING TIMES."

WELL, THE PAST NINE YEARS HAVE CERTAINLY BEEN INTERESTING TIMES AT ENGLISH RADIO.

RECENTLY, I FOUND MYSELF REVIEWING THE COMMISSION'S 1979 LICENSE RENEWAL DECISION, TO SEE TO WHAT EXTENT WE'D BEEN ABLE TO RESPOND TO THE CONCERNS YOU MENTIONED THEN. AT THE SAME TIME, OF COURSE, I'VE BEEN GIVING CONSIDERABLE THOUGHT TO THE ISSUES RAISED IN THE PUBLIC NOTICE FOR THE PRESENT LICENSE RENEWALS. IT'S INTERESTING TO SEE HOW THE SAME POINTS KEEP COMING UP AGAIN AND AGAIN.

I'VE ALREADY TALKED ABOUT SEVERAL OF THESE MAJOR TOPICS, BUT THERE A FEW OTHERS I'D LIKE TO TURN TO NOW.

LET ME DEAL FIRST WITH COVERAGE ISSUES.

IN ITS 1979 DECISION, THE COMMISSION URGED THE CORPORATION TO PROCEED AS QUICKLY AS POSSIBLE WITH THE COMPLETION OF THE AFFILIATE REPLACEMENT PROGRAM. THIRTY AFFILIATES HAVE BEEN REPLACED, BRINGING THE FULL MONO SERVICE TO A FURTHER 1.4 MILLION PEOPLE. NINE AFFILIATES REMAIN, ONE OF WHICH WILL SHORTLY DISAFFILIATE. IT AND TWO OTHERS DUPLICATE COVERAGE ALREADY OFFERED BY CBC OWNED-AND-OPERATED TRANSMITTERS. THE REMAINING SIX AFFILIATES REACH SOMETHING LIKE A HUNDRED THOUSAND PEOPLE.

THE COMMISSION ALSO RECOMMENDED THAT THE CORPORATION CONTINUE ITS ACCELERATED COVERAGE PLAN TO EXTEND SERVICE TO UNSERVED AREAS, AND TO IMPROVE SERVICE IN THOSE AREAS WHERE THERE WERE DEFICIENCIES. SINCE THEN, 87 TRANSMITTERS HAVE BEEN BUILT UNDER THE ACP, AND 22 AM LPRT'S WERE REPLACED BY FM. THESE STEPS EXTENDED CBC SERVICE FOR THE FIRST TIME TO SOME SIX HUNDRED THOUSAND POTENTIAL LISTENERS.

CLEARLY, WE HAVE DONE MUCH TO EXTEND AND IMPROVE THE COVERAGE OF THE RADIO SERVICE -- PARTICULARLY IN SMALLER AND MORE REMOTE COMMUNITIES.

YOU ALSO ASKED US TO EXTEND THE STEREO SERVICE TO AT LEAST 75% OF THE ENGLISH-SPEAKING POPULATION. AND WE HAVE DONE THAT, BY BUILDING NINE NEW TRANSMITTERS, REACHING OVER TWO-AND-A-HALF MILLION PEOPLE. THOSE TRANSMITTERS ARE LOCATED IN: EDMONTON, LETHBRIDGE, BRANDON, LONDON, WINDSOR, PETERBOROUGH, KINGSTON, THUNDER BAY AND MONCTON.

YOU ALSO URGED US TO PROCEED WITH THE CONSOLIDATION OF OUR TORONTO PRODUCTION FACILITIES, AND AS YOU KNOW, WE ARE IN THE PROCESS OF DOING THAT RIGHT NOW.

OUR ABILITY TO CONTINUE MAKING COVERAGE IMPROVEMENTS IN THE FUTURE DEPENDS ENTIRELY ON THE AVAILABILITY OF CAPITAL AND OPERATING FUNDS DEDICATED TO THIS PURPOSE. WE CANNOT CONTEMPLATE EXTENDING THE DISTRIBUTION SYSTEM AT THE SAME TIME AS WE ARE TAKING MONEY OUT OF PROGRAMMING.

HOWEVER, THERE ARE A FEW CASES WHERE WE MAY BE ABLE TO REDIRECT EXISTING RESOURCES, TO RECTIFY SEVERE AND LONGSTANDING COVERAGE DEFICIENCIES.

ONE OF THESE CASES IS VICTORIA STEREO. WE THINK WE MAY BE CLOSE TO FINDING A SOLUTION TO THAT PRESSING PROBLEM, WHICH HAS BEEN AT THE TOP OF OUR PRIORITY LIST FOR MANY YEARS. AND WE HOPE TO BE IN A POSITION TO BRING THAT PROPOSAL FORWARD FOR THE COMMISSION'S CONSIDERATION VERY SOON. WE NOTE THAT SEVERAL INTERVENTIONS HAVE BEEN FILED ON THIS SUBJECT. WE SHARE THE SENSE OF URGENCY AND CONCERN WHICH THEY EXPRESS. AND WE ARE EAGER TO ADDRESS THIS PROBLEM IN A POSITIVE WAY AT THE EARLIEST OPPORTUNITY.

OVER THE PAST SEVERAL YEARS, THE CORPORATION, THE COMMISSION AND THE DEPARTMENT OF COMMUNICATIONS HAVE SPENT A GREAT DEAL OF TIME SITTING DOWN TOGETHER AND DISCUSSING THE CBC'S LONG-RANGE COVERAGE PLANS AND NEEDS ON RADIO.

NOW, I'M NOT AN ENGINEER, SO I'LL STAY AWAY FROM THE TECHNICAL DETAILS.

BUT AS YOU KNOW, MR. CHAIRMAN, THE WORK WHICH HAS ALREADY BEEN DONE HAS RESOLVED MOST OF THE OUTSTANDING COVERAGE ISSUES BETWEEN US. AND WE HAVE UNDERTAKEN TO RESUME THOSE DISCUSSIONS IN THE NEAR FUTURE.

THE MAJOR QUESTION WHICH REMAINS TO BE DEALT WITH, REVOLVES AROUND THE COMMISSION'S EMPHASIS ON AM AS THE PRIMARY VEHICLE FOR DELIVERING CBC'S MONO SERVICE, PARTICULARLY IN MAJOR CENTRES. WE HAVE BEEN CONCERNED FOR SOME TIME -- AND WE CONTINUE TO BE CONCERNED -- ABOUT THE DETERIORATION OF THE AM BAND, AND THE ONGOING SHIFT OF LISTENERS FROM AM TO FM. IT'S A CONCERN WHICH WE SHARE WITH OUR PRIVATE BROADCASTING COLLEAGUES. AT THE SAME TIME, WE ARE ENCOURAGED BY SOME RECENT TECHNICAL DEVELOPMENTS WHICH SUGGEST THAT THERE MAY BE RENEWED HOPE FOR AM IN THE FUTURE. AND WE RECOGNIZE THAT AS PUBLIC BROADCASTERS, WE HAVE A SPECIAL DUTY NOT TO ABANDON AM.

WE DO NOT PROPOSE, AT LEAST AT THIS TIME, ANY KIND OF WHOLESALE SHIFT OF THE MONO SERVICE FROM AM TO FM . . . CERTAINLY NOT IN THOSE LOCATIONS WHERE THE EXISTING AM SERVICE IS CURRENTLY ACCEPTABLE, AND CONSISTENT WITH OUR RESPONSIBILITIES AS THE PUBLIC BROADCASTER. AT THE SAME TIME, HOWEVER, WE WOULD BE DERELICT IN OUR DUTY IF WE DID NOT RESERVE THE RIGHT TO SEEK FM SOLUTIONS, WHEREVER AND WHENEVER AM FAILS TO SERVE THE LISTENING PUBLIC SATISFACTORILY. WE MUST ALSO BE PREPARED TO ACT IN THOSE CASES WHERE LAST AVAILABLE FM CHANNELS MAY BE ALLOCATED, THUS MAKING IT IMPOSSIBLE TO TAKE SUCH ACTION IN THE FUTURE, SHOULD IT BECOME NECESSARY.

IT'S MY HOPE THAT WHEN OUR COVERAGE PLANNERS SIT DOWN TOGETHER IN THE NEW YEAR, THEY CAN TAKE A VERY PRAGMATIC, CASE-BY-CASE APPROACH TO THIS WHOLE ISSUE.

MOST IMPORTANT OF ALL, I HOPE THAT WE CAN SHIFT THE EMPHASIS OF OUR DISCUSSIONS FROM STRICTLY TECHNICAL MATTERS, TO AN APPROACH WHICH EMPHASIZES SERVICE TO LISTENERS IN SPECIFIC CIRCUMSTANCES.

I THINK WE AT THE CBC HAVE DEMONSTRATED CONSIDERABLE FLEXIBILITY ON THE WHOLE QUESTION OF COVERAGE. AND I AM SURE THAT THE NEXT ROUND OF DISCUSSIONS WILL HELP US STILL FURTHER IN OUR MUTUAL DESIRE TO FIND SOLUTIONS WHICH ARE IN THE PUBLIC INTEREST.

THE NEXT SUBJECT I'D LIKE TO DISCUSS IS CANADIAN CONTENT.

IN ITS 1979 DECISION, THE COMMISSION SUGGESTED THAT WE CONSIDER THE POSSIBILITY OF PLAYING ONLY CANADIAN MUSIC DURING LOCAL TIME PERIODS.

QUITE FRANKLY, WE FEEL THIS WOULD BE INAPPROPRIATE, AND A DISSERVICE TO OUR LISTENERS.

BUT WE HAVE RAISED THE CANADIAN CONTENT LEVEL DURING LOCAL PERIODS TO 40% -- AND THIS WAS CONFIRMED BY YOUR STAFF'S RECENT RAP ANALYSIS.

THAT ANALYSIS ALSO FOUND A TOTAL OF 45% CANADIAN CONTENT ON WEEKDAYS, DURING NETWORK AND NON-NETWORK PERIODS COMBINED. 45% IS HALF AS MUCH AGAIN AS THE REGULATIONS REQUIRE.

FOR THE WEEK AS A WHOLE, CBC RADIO WAS FOUND TO BE MEETING THE 30% CANADIAN CONTENT REQUIREMENT.

YOU DID FIND SOME SHORTFALLS IN CANADIAN CONTENT DURING WEEKEND PERIODS. AND ON THIS POINT, I'LL BE ABSOLUTELY FRANK WITH YOU. I WAS SHOCKED AND SURPRISED BY THOSE WEEKEND FIGURES. I WAS ALSO EMBARRASSED BY THEM.

IT TURNS OUT THAT THERE ARE SOME SPECIFIC REASONS FOR OUR SHORTFALLS ON THAT PARTICULAR WEEKEND. BUT I REALIZE THAT'S NO EXCUSE.

WHAT I CAN TELL YOU, IS THAT WE HAVE TAKEN IMMEDIATE ACTION TO RECTIFY THOSE PROBLEMS. I WANT TO GIVE THE COMMISSION MY PERSONAL ASSURANCE THAT CBC RADIO IS NOW MEETING THE 30% CANADIAN CONTENT REQUIREMENT ON A DAILY AS WELL AS A WEEKLY BASIS, AND WILL CONTINUE TO DO SO CONSISTENTLY IN THE FUTURE.

WE HAVE ALSO SHOWN YOU OUR INTERNAL TARGET, WHICH IS TO RAISE THE LEVEL OF CANADIAN POPULAR MUSIC ON CBC RADIO TO 40% WITHIN THE NEXT FIVE YEARS.

THERE'S ANOTHER POINT I THINK SHOULD BE MADE HERE. MUSIC PLAYS A RELATIVELY SMALL PART IN THE OVERALL PROGRAM MIX ON THE RADIO NETWORK.

MOST CANADIAN RADIO STATIONS ARE PRIMARILY MUSIC-BASED, AND SO THEIR 30% CAN CON MUSIC REQUIREMENT REPRESENTS A LARGE PART OF THEIR TOTAL COMMITMENT TO CANADIAN CONTENT IN GENERAL.

CBC RADIO, ON THE OTHER HAND, PLAYS RELATIVELY LITTLE MUSIC. MUSIC REPRESENTS A TOTAL OF ABOUT 20% OF ON-AIR TIME DURING NETWORK TIME PERIODS. THE OTHER 80% IS SPOKEN WORD CONTENT . . . AND IT IS ALMOST ENTIRELY CANADIAN: DRAMA, COMEDY, DOCUMENTARIES, INTERVIEWS, NEWS AND CURRENT AFFAIRS PROGRAMS, ARTS AND ENTERTAINMENT COVERAGE, SPORTS, ETC. WE PROCURE VIRTUALLY NO FOREIGN PROGRAMMING. THAT WHICH WE DO IMPORT, WE TOTALLY REPACKAGE FOR OUR OWN USE.

TAKEN TOGETHER, IT'S CLEAR THAT THE CBC RADIO SCHEDULE IS, INDEED, OVERWHELMINGLY CANADIAN . . . SOMETHING CLOSE TO 95% CANADIAN, WOULD BE MY BEST GUESS. IF WE WERE ANY MORE CANADIAN, I THINK WE COULD JUSTIFIABLY BE ACCUSED OF BEING PAROCHIAL. AFTER ALL, WE DO HAVE A RESPONSIBILITY TO SHARE WITH OUR LISTENERS AT LEAST A SAMPLE OF THE BEST THE REST OF THE WORLD HAS TO OFFER.

LET ME TURN NOW TO OUR CANADIAN CONTENT PERFORMANCE AND COMMITMENTS IN MUSIC PROGRAMMING ON THE STEREO NETWORK.

UNLIKE THE RADIO SERVICE, CBC STEREO IS PRIMARILY MUSIC-BASED. MUSIC ACCOUNTS FOR ALMOST 70% OF TOTAL AIR TIME; AND MUSIC PROGRAMS OCCUPY OVER 80% OF THE NETWORK SCHEDULE.

OUR 1978 PROMISE OF PERFORMANCE FOR CBC STEREO UNDERTOOK TO PROVIDE AT LEAST 30% CANADIAN CONTENT IN POPULAR MUSIC, AND AT LEAST 7% CANADIAN CONTENT IN SPECIAL INTEREST MUSIC.

THE NEW POP COMMITS US TO A MINIMUM OF 20% IN THE POPULAR CATEGORY, BUT MORE THAN DOUBLES THE MINIMUM COMMITMENT IN THE SPECIAL INTEREST CATEGORY: FROM 7% TO 15%.

REMEMBER THAT THE VAST MAJORITY OF THE MUSIC WE PLAY ON THE STEREO NETWORK COMES FROM THE SPECIAL INTEREST AREA -- AND IN PARTICULAR FROM THE CLASSICAL FIELD.

THE COMBINED EFFECT OF THESE PROPOSALS IS TO INCREASE OUR OVERALL MINIMUM COMMITMENT TO CANADIAN MUSICAL CONTENT ON STEREO BY HALF AS MUCH AGAIN FROM THE PREVIOUS PROMISE OF PERFORMANCE TO THE NEW ONE.

THE COMMISSION'S MOST RECENT RAP ANALYSIS SHOWS THAT CBC STEREO IS OUT-PERFORMING BOTH ITS 1978 AND ITS 1987 CAN CON COMMITMENTS. YOUR STAFF FOUND OVER 35% CANADIAN CONTENT IN POPULAR MUSIC, AND NEARLY 20% IN SPECIAL INTEREST MUSIC.

I AM EXTREMELY PROUD OF THAT LEVEL OF PERFORMANCE. OUR PROGRAMMING PEOPLE ARE TO BE CONGRATULATED FOR IT. THE COMMISSION ITSELF IS ON RECORD AS STATING THAT IT REPRESENTS (AND I QUOTE) "A CONSIDERABLE ACHIEVEMENT."

IT IS OUR INTENTION TO CONTINUE AND EVEN INCREASE OUR EFFORTS AND ACHIEVEMENTS IN THIS AREA.

WE HAVE GONE OUT OF OUR WAY TO ENSURE THAT THE PUBLIC COMMITMENTS WE HAVE MADE IN THE NEW PROMISE OF PERFORMANCE ARE REALISTIC -- EVEN CONSERVATIVE.

BUT AT THE SAME TIME, WE HAVE SHARED WITH YOU OUR OWN INTERNAL "STRETCH" TARGETS FOR IMPROVEMENT OVER THE NEXT FIVE YEARS. LET ME REMIND YOU OF WHAT THOSE TARGETS ARE FOR CBC STEREO.

IN POPULAR MUSIC: 20% RISING TO 30%.

AND IN CLASSICAL MUSIC: 20% RISING TO 30% BY ARTISTS, AND 5% RISING TO 10% BY REPERTOIRE.

OUR SUCCESS IN MEETING THESE TARGETS ON THE CLASSICAL SIDE, WILL BE MEASURED USING OUR OWN INTERNAL DEFINITIONS AND METHODS OF MEASUREMENT.

PLEASE UNDERSTAND THAT WE ARE NOT ASKING THE COMMISSION TO CHANGE THE WAY IT DEFINES OR EVALUATES CANADIAN CONTENT IN CLASSICAL MUSIC. WE WILL CONTINUE TO MEET OUR PROMISE OF PERFORMANCE COMMITMENTS, USING YOUR RULES.

BUT FOR OUR OWN PURPOSES, WE WILL CONTINUE TO USE OUR OWN METHODOLOGY, BECAUSE WE THINK IT BETTER REFLECTS WHAT IT IS WE'RE DOING, AND WHAT WE'RE TRYING TO DO.

WE FEEL IT'S IMPORTANT IN CLASSICAL MUSIC TO ESTABLISH SEPARATE TARGETS FOR COMPOSERS AND PERFORMERS. WE HAVE IMPORTANT RESPONSIBILITIES TO EACH OF THESE CREATIVE SECTORS. WE WANT TO KNOW -- AND TO SHOW -- HOW WE ARE DOING IN EACH AREA.

WE'VE MADE GREAT STRIDES IN RECENT YEARS AS FAR AS ARTISTS ARE CONCERNED. REPERTOIRE IS MORE DIFFICULT. CANADA IS STILL A YOUNG COUNTRY, WITH ALMOST NO INDIGENOUS CLASSICAL MUSIC WRITTEN BEFORE 1900. I'VE ALREADY TOLD YOU ABOUT WHAT WE'RE DOING TO RECTIFY THIS PROBLEM, THROUGH OUR COMMISSIONING AND RECORDING ACTIVITIES. IT'S OUR AMBITION -- AND IT IS AN AMBITIOUS GOAL -- TO DOUBLE THE AMOUNT OF MUSIC BY CANADIAN COMPOSERS HEARD ON CBC STEREO WITHIN THE NEXT FIVE YEARS.

IN TERMS OF PERFORMERS, WE THINK THE CLASSICAL FIELD IS UNIQUE, AND REQUIRES A DIFFERENT APPROACH THAN THE POPULAR FIELD. THE COMMISSION'S CANADIAN CONTENT STRATEGY WAS DESIGNED, AT LEAST IN PART, TO NURTURE A CANADIAN RECORDING INDUSTRY. AND IT HAS BEEN SUCCESSFUL IN DOING THIS ON THE POPULAR SIDE. BUT THE CANADIAN CLASSICAL RECORDING INDUSTRY REMAINS IN ITS INFANCY. THE CBC ITSELF IS STILL THE MAIN PLAYER IN THIS GAME.

WE THINK IT'S IMPORTANT TO PLAY CLASSICAL PERFORMANCES RECORDED IN CANADA -- AND WE DO. WE MAKE A LOT OF THOSE RECORDINGS OURSELVES. PLUS THERE'S ALL OUR LIVE CONCERT ACTIVITY. BUT WE THINK IT'S EQUALLY IMPORTANT TO SHOWCASE THOSE CANADIAN PERFORMERS WHO HAVE SUCCEEDED IN ESTABLISHING THEMSELVES INTERNATIONALLY, AND HAVE THE OPPORTUNITY TO MAKE RECORDS OR CONCERT APPEARANCES ABROAD.

FINALLY, WE THINK THAT CANADIAN CONTENT IN CLASSICAL MUSIC SHOULD BE MEASURED ON THE BASIS OF DURATION, RATHER THAN NUMBER OF SELECTIONS. THERE'S SOMETHING WRONG WITH A SYSTEM THAT GIVES EQUAL WEIGHT TO A THREE-MINUTE POP SONG, AND A FULL-LENGTH CANADIAN WORK LIKE LOUIS RIEL OR THE UNIVERSE SYMPHONY.

LET ME SUM UP THE CANADIAN CONTENT ISSUE THIS WAY.

THE CBC HAS A SPECIAL RESPONSIBILITY TO SUPPORT AND EXPOSE CANADIAN MUSIC AND MUSICIANS. WE LIVE UP TO THAT RESPONSIBILITY. ~~if we had more resources, we would do still more.~~ WE'VE TOLD YOU A GREAT DEAL ABOUT OUR ACTIVITIES ON BEHALF OF THE CANADIAN MUSICAL COMMUNITY, BOTH IN OUR WRITTEN BRIEF AND IN THIS MORNING'S VERBAL PRESENTATION.

WE HAVE MADE REASONABLE PUBLIC COMMITMENTS IN THE PROMISES OF PERFORMANCE FOR EACH NETWORK. WE WILL LIVE UP TO THEM, AND TO ALL OTHER REGULATORY REQUIREMENTS.

AT THE SAME TIME, WE WILL CONTINUE STRIVING TO MEET OUR OWN INTERNAL TARGETS FOR GREATER IMPROVEMENT -- AGAIN, AS FUNDS PERMIT. THE MODIFIED CANADIAN CONTENT DEFINITIONS AND MEASUREMENT METHODS WHICH WE FILED FOR CLASSICAL MUSIC, ARE BASED ON OUR CONSIDERABLE EXPERTISE AND EXPERIENCE IN THIS SPECIALIZED FIELD. THEY ARE SIMPLY DESIGNED TO SUGGEST A WAY IN WHICH WHAT WE HAVE ALREADY ACHIEVED -- AND WHAT WE PLAN TO DO IN THE FUTURE -- CAN BE MORE APPROPRIATELY EVALUATED.

LET ME NOW VERY BRIEFLY RUN THROUGH SOME OF THE OTHER
PRINCIPAL RECOMMENDATIONS OF THE 1979 DECISION, AS THEY AFFECT
ENGLISH RADIO.

YOU SUGGESTED THAT THERE WAS ROOM FOR GREATER REFLECTION OF THE MUSICAL LIFE OF FRENCH CANADA ON THE ENGLISH NETWORKS. WE AGREE, AND WE HAVE DONE MUCH IN THIS AREA. WE HAVE A PROGRAM CALLED RADIO ACTIVE, PRODUCED IN QUEBEC CITY, WHICH SPENDS TWO HOURS A WEEK DEVOTED ENTIRELY TO FRANCOPHONE POPULAR MUSIC. WE WORK CLOSELY WITH OUR FRENCH COLLEAGUES ON THE ANNUAL MONTREAL INTERNATIONAL JAZZ FESTIVAL AND THE NATIONAL JAZZ COMPETITION HELD IN CONJUNCTION WITH IT. ON THE CLASSICAL SIDE, THERE IS VERY CLOSE CO-OPERATION BETWEEN THE ENGLISH AND FRENCH RADIO MUSIC DEPARTMENTS. WE CO-SPONSOR THREE MUSIC COMPETITIONS. WE CO-PRESENT MAJOR CONCERT EVENTS -- SOMETIMES SIMULTANEOUSLY, AND OFTEN WITH BILINGUAL HOSTING. WE EXCHANGE TAPES OF EACH OTHER'S PROGRAMMING. AND WE MAKE A SPECIAL EFFORT TO SEE THAT MAJOR NEW WORKS BY FRENCH-CANADIAN COMPOSERS GET AN ENGLISH NETWORK BROADCAST AS SOON AS POSSIBLE AFTER THEIR PREMIERES ON RADIO-CANADA.

TO PROMOTE OTHER FORMS OF CO-OPERATION BETWEEN THE ENGLISH AND FRENCH RADIO SERVICES, WE HAVE A JOINT MEDIA COMMITTEE WHICH MEETS REGULARLY TO DISCUSS WAYS IN WHICH WE CAN SHARE RESOURCES AND EXCHANGE PROGRAMS. THIS KIND OF CO-OPERATION TAKES PLACE EVERY DAY AT THE REGIONAL LEVEL, AND NATIONALLY ON SUCH MAJOR JOURNALISTIC ENDEAVOURS AS THE PAPAL VISIT, AN INTERNATIONAL SUMMIT, OR THE OLYMPIC GAMES.

IN 1979, YOU SPOKE OF THE NEED FOR A BETTER LOCAL NEWS AND INFORMATION SERVICE IN THE EVENINGS AND ON WEEKENDS. WE MADE SOME CONSIDERABLE EFFORTS IN THIS AREA, BUT HAD TO WITHDRAW FROM THEM BECAUSE OF FINANCIAL CONSTRAINTS. IMPROVED LOCAL NEWS REMAINS A PRIORITY FOR THE FUTURE.

YOU ALSO ADDRESSED THE NEED FOR AN APPROPRIATE BALANCE BETWEEN SPECIALIZED PROGRAMS AND MAGAZINE-TYPE FORMATS. I SPOKE TO THAT SUBJECT AT SOME LENGTH THIS MORNING. I DREW YOUR ATTENTION TO THE NEW WEEKDAY EVENING SHOWS ON SUCH TOPICS AS SPORTS, MEDICINE, BUSINESS AND THE MEDIA. I ALSO MENTIONED THE OBJECTIVES FOR SPECIALIZED CONTENT WHICH HAVE BEEN BUILT INTO OUR MAJOR MAGAZINE PROGRAMS. AND I REMINDED YOU THAT WE HAVE CREATED SPECIALIST POSITIONS IN NEWS AND CURRENT AFFAIRS TO IMPROVE OUR COVERAGE OF SUBJECTS WHICH REQUIRE PARTICULAR KINDS OF EXPERTISE. WE ALSO CONTINUE TO RELY ON THE INPUT OF OUR CBC ADVISORY COMMITTEES IN THE FIELDS OF SCIENCE, RELIGION AND AGRICULTURE AND RESOURCES. THEY ARE VERY ACTIVE AND HELPFUL IN GUIDING OUR PROGRAMMERS IN THESE AREAS, AND PROVIDING FEEDBACK FROM THEIR RESPECTIVE CONSTITUENCIES.

IN 1979, THE COMMISSION DREW THE CORPORATION'S ATTENTION TO THE LACK OF RADIO PROGRAMMING FOR YOUNG PEOPLE. THIS REMAINS A CONCERN FOR US TODAY. WE THINK IT'S A FRUITFUL AREA FOR POTENTIAL CO-OPERATION BETWEEN PUBLIC AND PRIVATE BROADCASTERS -- PERHAPS THROUGH SOME KIND OF SYNDICATION ARRANGEMENT. THE CBC HAS THE CREATIVE AND TECHNICAL RESOURCES TO PRODUCE SUCH PROGRAMS; PRIVATE BROADCASTERS HAVE THE CAPTIVE AUDIENCE FOR THEM. AT THE SAME TIME, WE HAVE NOT BEEN IDLE IN THIS FIELD OURSELVES. I THINK OUR NEW ALL-NIGHT STEREO PROGRAMS, DRAMA SERIES LIKE VANISHING POINT, ENTERTAINMENT SHOWS LIKE PRIME TIME, AND SOME OF OUR OTHER POPULAR MUSIC PROGRAMS, ALL DEMONSTRATE OUR COMMITMENT TO PROVIDING THE KIND OF RADIO THAT MEETS THE NEEDS AND INTERESTS OF YOUNGER AUDIENCES -- AND TO DO SO IN A DISTINCTIVELY PUBLIC RADIO WAY.

CHILDREN'S PROGRAMMING IS A SEPARATE ISSUE, AND A DIFFICULT ONE. OUR LAST MAJOR EFFORT IN THIS DIRECTION -- A SHOW CALLED ANYBODY HOME? -- ACTUALLY ATTRACTED MORE ADULT LISTENERS THAN CHILDREN. I HAVE TWO YOUNG DAUGHTERS OF MY OWN, AND IT SEEMS TO ME THAT TELEVISION IS THEIR PRIMARY MEDIA OUTLET OF CHOICE. THERE IS A LOT OF EXCELLENT CHILDREN'S TV PROGRAMMING AVAILABLE -- MUCH OF IT CANADIAN. NEVERTHELESS, WE WILL CERTAINLY CONTINUE TO LOOK FOR WAYS THAT WE CAN DO SOMETHING IN THIS AREA ON RADIO. WE HAVE A NUMBER OF PROPOSALS WHICH WE ARE LOOKING AT RIGHT NOW. WE ARE ALSO WATCHING CLOSELY A COUPLE OF INTERESTING AMERICAN EXPERIMENTS IN CHILDREN'S RADIO PROGRAMMING. ONE FURTHER WRINKLE IS THAT CHILDREN'S PRIME LISTENING TIMES-- MORNINGS AND AFTERNOONS -- HAPPEN TO BE THE SAME PERIODS WHICH WE CURRENTLY SET ASIDE FOR LOCAL AND REGIONAL PROGRAMMING.

ANOTHER ISSUE WHICH WAS RAISED IN THE 1979 DECISION, WAS THE WHOLE MATTER OF JOURNALISTIC POLICY: QUESTIONS HAVING TO DO WITH BALANCE, FAIRNESS AND ACCESS. IN 1982, THE CORPORATION DEVELOPED A VERY COMPREHENSIVE AND SPECIFIC JOURNALISTIC POLICY BOOK, WHICH IS DISTRIBUTED TO ALL OUR NETWORK AND REGIONAL JOURNALISTIC PERSONNEL, AND WHICH THEY ARE EXPECTED TO ABIDE BY. I BELIEVE IT RESPONDS TO ALL OF YOUR CONCERNS IN THIS REGARD. I HAVE BROUGHT SOME COPIES OF THE JOURNALISTIC POLICY BOOK WITH ME, IN CASE ANY OF YOU HAVEN'T PREVIOUSLY HAD A CHANCE TO SEE IT.

I SHOULD ALSO NOTE THAT OUR JOURNALISTIC POLICIES REMAIN UNDER CONSTANT REVIEW. A REVISED VERSION OF THE JOURNALISTIC POLICY BOOK HAS JUST RECENTLY BEEN DEVELOPED, ADDRESSING SUCH ISSUES AS TERRORISM AND CREDIBILITY. IT IS CURRENTLY AWAITING BOARD APPROVAL, AND SHOULD BE PUBLISHED SHORTLY.

OUR PROCEDURES FOR EXERCISING EDITORIAL CONTROL AND MONITORING BALANCE IN OUR JOURNALISTIC PROGRAMMING GO FAR BEYOND THE POLICY BOOK. THEY ENCOMPASS TRAINING, HIRING AND ORIENTATION PRACTICES; DAILY SUPERVISION AND FEEDBACK; AND REGULAR EVALUATION AND OBJECTIVE-SETTING. OUR CHIEF JOURNALIST, DONNA LOGAN, IS CHARGED WITH THE RESPONSIBILITY OF CARRYING OUT THESE POLICIES. DONNA IS HERE WITH US THIS WEEK, AND I KNOW SHE WOULD WELCOME THE OPPORTUNITY TO DISCUSS THIS IMPORTANT SUBJECT WITH YOU AT GREATER LENGTH IN RESPONSE TO ANY QUESTIONS YOU MAY HAVE.

FINALLY, YOU ATTACHED A CONDITION OF LICENSE, REQUIRING
us to continue the commercial-free policy we implemented in the mid-1970's.

IT GOES WITHOUT SAYING THAT
CONDITION REMAINS IN FORCE TODAY.

IT HAS BEEN SUGGESTED THAT SOME FORM OF COMMERCIAL OR CORPORATE SPONSORSHIP ACTIVITY MIGHT BE A PARTIAL SOLUTION TO RADIO'S CURRENT ECONOMIC PROBLEMS. THIS, OF COURSE, IS A POLICY ISSUE WHICH WOULD HAVE TO BE ADDRESSED BY THE CORPORATION'S BOARD OF DIRECTORS -- AND ULTIMATELY BY THE COMMISSION ITSELF.

IN MY OWN OPINION, THE NON-COMMERCIAL STATUS OF PUBLIC RADIO IS A KEY ELEMENT OF ITS DISTINCTIVENESS. THIS IS A VIEW WHICH IS APPARENTLY SHARED BY A VERY LARGE SEGMENT OF OUR CORE AUDIENCE, IF WE CAN JUDGE BY HOW OFTEN IT'S MENTIONED IN THE WRITTEN INTERVENTIONS WHICH YOU HAVE RECEIVED.

I ALSO FEEL THAT A NON-COMMERCIAL PUBLIC RADIO SERVICE
MAKES AN IMPORTANT STATEMENT ABOUT THE NATIONAL WILL. IT
DEMONSTRATES THAT SUCH A SERVICE IS IMPORTANT ENOUGH TO
CANADIANS, THAT THEY ARE WILLING TO FULLY SUPPORT IT.

IN ADDITION TO DEALING WITH OUR RESPONSE TO YOUR PAST CONCERNS, I TRUST THAT OUR PRESENTATION TODAY HAS ALSO AT LEAST TOUCHED ON THE MAJOR ISSUES WHICH THE COMMISSION RAISED IN ITS PUBLIC NOTICE FOR THE PRESENT HEARING, AND WHICH I LOOK FORWARD TO DISCUSSING WITH YOU FURTHER IN RESPONSE TO QUESTIONS.

WE HAVE SPOKEN OF A BALANCED SERVICE, DELIVERED ON TWO COMPLEMENTARY NETWORKS, AND PRESENTING A COMBINATION OF INFORMATION AND PERFORMANCE PROGRAMMING OF THE COMPREHENSIVE NATURE CALLED FOR IN THE MANDATE.

WE HAVE DESCRIBED OURSELVES AS A DISTINCTIVE SERVICE, WHICH MAKES A UNIQUE CONTRIBUTION TO THE DIVERSITY OF MEDIA CHOICE AVAILABLE TO CANADIANS.

WE HAVE REITERATED THE IMPORTANCE OF THE LOCAL AND REGIONAL COMPONENTS OF THE NATIONAL SYSTEM . . . BOTH IN THE CONTRIBUTIONS THEY MAKE TO SERVING THEIR OWN COMMUNITIES, AND THROUGH THE VITAL ROLE THEY PLAY IN REFLECTING THOSE COMMUNITIES NATIONALLY, BY THEIR CONTRIBUTIONS TO NETWORK PROGRAMMING.

AND WE HAVE TALKED ABOUT HOW WE PROPOSE TO CONTINUE DISCHARGING OUR PUBLIC RESPONSIBILITIES IN THE PRESENT SOCIAL, MEDIA AND FINANCIAL ENVIRONMENTS.

WHEN WE LAST APPEARED BEFORE YOU NINE YEARS AGO TO TALK ABOUT PUBLIC RADIO, WE HAD BEGUN TO CREATE A RENEWED SERVICE, THROUGH THE RADIO REVOLUTION I SPOKE OF IN MY OPENING REMARKS THIS MORNING. SINCE THEN, WE HAVE STRENGTHENED AND CONSOLIDATED THAT SERVICE -- OFTEN AGAINST CONSIDERABLE ODDS.

WE KNOW WHERE WE WANT TO GO NEXT. EARLIER TODAY, I SKETCHED FOR YOU THE BROAD OUTLINE OF MY VISION FOR THE FUTURE OF ENGLISH RADIO. WE SIMPLY AWAIT THE RESOURCES TO TURN THAT VISION INTO REALITY.

IN THE MEANTIME, WE HAVE A VERY CLEAR SENSE OF WHERE OUR PRIORITIES LIE.

WE MUST MAINTAIN THE BASIC NETWORK INFORMATION AND PERFORMANCE PROGRAMMING SERVICES OFFERED BY CBC RADIO AND CBC STEREO, AND RESTORE TO THEM THE RESOURCES THEY REQUIRE.

WE MUST STRENGTHEN LOCAL AND REGIONAL PROGRAMMING, PARTICULARLY IN THE PRIME TIME PERIODS.

WE MUST FIND A WAY TO RENEW OUR EMPHASIS ON TRAINING AND THE DEVELOPMENT OF BROADCAST TALENT.

WE MUST CONTINUE SEEKING AND FINDING WAYS TO ACHIEVE BETTER REPRESENTATION OF WOMEN AND MINORITIES ON OUR AIRWAVES.

WE MUST REDOUBLE OUR EFFORTS ON BEHALF OF CANADIAN MUSICAL AND DRAMATIC TALENT.

WE MUST ENSURE THAT CANADA'S ENGLISH-LANGUAGE PUBLIC RADIO SYSTEM REACHES OUT TO LISTENERS OF ALL AGES AND INTERESTS.

AND WE MUST CONTINUE TO MEET THE SPECIAL NEEDS OF THOSE WHO ARE NOT WELL-SERVED BY OTHER MEDIA.

UNDER THE CIRCUMSTANCES, THESE GOALS ALONE REPRESENT A VERY REAL CHALLENGE.

IF NECESSARY, WE WILL ACHIEVE THEM THROUGH INTERNAL REDIRECTION, UNLESS AND UNTIL THERE IS A FURTHER INFUSION OF FUNDS TO REPLACE WHAT WE HAVE ALREADY LOST.

ONLY WHEN WE ARE CERTAIN THAT THESE PRIORITIES ARE BEING MET, WILL WE BE ABLE TO TURN OUR ATTENTION TO OTHER PRESSING CONCERNS:

*THE EXTENSION OF THE STEREO SERVICE, AND THE FURTHER IMPROVEMENT OF OUR MONO COVERAGE;

*MORE IMMEDIATE, HIGH-QUALITY INFORMATION PROGRAMMING;

*FURTHER IMPROVEMENTS IN BOTH THE QUALITY AND QUANTITY OF CANADIAN PERFORMANCE PROGRAMMING, IN MUSIC, DRAMA AND COMEDY;

*THE IMPLEMENTATION OF A STOREFRONT STRATEGY TO PROVIDE LOCAL JOURNALISTIC SERVICE IN SMALLER COMMUNITIES;

*AND THE POSSIBLE DEVELOPMENT OF ADDITIONAL SERVICES, EITHER ON OUR OWN, OR IN CO-OPERATION WITH THE PRIVATE SECTOR.

THERE ARE SOME HOPEFUL SIGNS THAT WE MAY AT LEAST BE ABLE TO HALT FURTHER EROSION OF OUR SERVICES. WITH CAREFUL REALIGNMENT OF AVAILABLE RESOURCES, IT MAY EVEN BE POSSIBLE TO MAKE SOME MODEST IMPROVEMENTS.

SHOULD THIS NOT HAPPEN, THEN I AM VERY MUCH AFRAID THAT FURTHER REDUCTIONS WILL CUT TO THE VERY HEART OF THE PUBLIC RADIO SYSTEM.

THOSE OF US WHO HAVE DEVOTED OURSELVES TO PUBLIC RADIO IN THIS COUNTRY, ARE DETERMINED NOT TO LET THAT HAPPEN. THAT INCLUDES EVERYONE AT THIS TABLE -- AND I BELIEVE IN THIS ROOM. WE REMAIN COMMITTED TO A STRONG, DISTINCTIVE CANADIAN PUBLIC RADIO SERVICE, WHICH IS CENTRAL TO THE NATIONAL LIFE AND THE NATIONAL CONSCIOUSNESS.

TO CLOSE OUR ENGLISH RADIO PRESENTATION, I HAVE A SHORT VIDEO PRESENTATION I'D LIKE TO SHARE WITH YOU.

EARLIER TODAY, I MENTIONED THAT CBC RADIO SPORTS IS THE OFFICIAL VOICE OF THE 1988 WINTER OLYMPICS IN CALGARY. WE WILL ALSO BE BROADCASTING MANY EVENTS FROM THE OLYMPIC ARTS FESTIVAL WHICH WILL BE HELD IN CONJUNCTION WITH THE GAMES.

WE'VE PREPARED A BRIEF FILM ABOUT CBC RADIO AT THE OLYMPICS. IT WAS DESIGNED SPECIFICALLY TO TALK ABOUT RADIO SPORTS. BUT IT ALSO SHOWS THAT, EVEN IN THESE TOUGH TIMES, WE STILL MANAGE TO GET INVOLVED IN SOME PRETTY EXCITING AND WORTHWHILE PROJECTS. AND ALONG THE WAY, IT MAKES SOME IMPORTANT POINTS ABOUT RADIO GENERALLY -- AND ABOUT THE SPECIAL ROLE THAT CBC RADIO PLAYS IN THE LIVES OF CANADIANS.

I HOPE YOU ENJOY IT.

THANK YOU VERY MUCH.

W1
AIC
-577



Science and Technology in CBC Programming

An address by W.T. Armstrong,
Executive Vice-President,
Canadian Broadcasting Corporation

October 19, 1987

to the Advisory Committee on
Science and Technology,
CBC English Networks

Good afternoon. I'm pleased to have this opportunity to join you, and to share some of your discussions about CBC programming. I'd particularly like to welcome the new committee members who are here for the first time.

Our French and English advisory committees are probably not as well known as they deserve to be, considering the valuable contribution they make to the process of program evaluation. As you know, we have committees in three specialized areas: religion, agriculture, and your own field of science and technology. The makeup of the committees changes from time to time, but the members are always specialists in their particular fields, and, at the same time, interested listeners and viewers. We look to them for expertise, for ideas and information, for comment on our programs, and for a direct and often stimulating exchange of views with our program planners and producers.

At this first meeting of a new season I believe you have already discussed a number of recent programs and have been able to preview one of the highlights of the schedule--the two hours of programming on science and technology in the Soviet Union which was filmed by The Nature of Things this spring and summer.

As well as considering individual programs, you are naturally interested in more general matters--in our overall policies and goals for science programming, especially in a time of economic restraint. These are the things I would like to review briefly for you.

It's worth noting, to begin with, that the CBC itself operates in a technological field--and we take a lively interest in that field, so we don't have to be persuaded of the importance of science and technology generally. In fact, I would say that the CBC's situation in this respect is very much like that of Canada as a whole: we are both great users of technology, we are quite often developers of special applications to meet our particular needs, and we are always interested in the newest explorations and ideas.

CBC engineers have a long record of expertise and innovation in broadcast technology, from the first mobile radio equipment for wartime reporting, nearly 50 years ago, to the most recent advance in television technology, HDTV. I'm sure you'll have read about CBC's new co-production Chasing Rainbows, the first TV mini-series in the world to be produced with high definition equipment.

As for science in our program schedules, it has always been there in one form or another. Radio has moved from the early talks series on science to the documentaries, magazine programs and interview formats we have today, where we can often go directly to the source--to the scientists who are personally involved. In television, science programs have graduated from the early studio-bound productions, first to the addition of stock film footage, and then out into the field, again taking the audience directly to the source. I'm sure that science and technology itself will continue to expand production possibilities, for example in the use of computer graphics to explain technical or scientific subjects.

Whatever the format, our science programming has always followed some general approaches which we believe are still valid.

Our first obligation is to serve the audience--to present science in a way that makes it meaningful to the ordinary listener or viewer. That doesn't mean sacrificing journalistic principles such as accuracy and thoroughness, but it does mean bridging the gap between the specialist and the general public. It means finding scientists with a flair for broadcasting, or generalists with scientific curiosity. It means creating programs which may be serious in purpose, but which can also be entertaining, stimulating, even provocative. In a word, popular.

There can be no better example than The Nature of Things, which is now going into its 28th season. It is one of the success stories of CBC television--a series that consistently attracts an audience of more than a million, generates a high level of viewer satisfaction, collects international awards year after year, and is seen in dozens of countries abroad. And in David Suzuki we undoubtedly have one of the most influential personalities in Canada in getting across to the public the meaning of science in our lives. As you know, he was awarded the 1986 Kalinga Prize, the highest international distinction in the field of popular science. As a matter of interest, this same UNESCO award was given in 1977 to Fernand Séguin, host and creator of many of the science programs on our French networks.

We have also had good success in presenting science for children. Wonderstruck, for example, was introduced a few seasons ago to reach nine-to-14-year-olds with the message that science is interesting, exciting and important. I was glad to see that it won an award from the Canadian Science Writers' Association last May, and I believe it was also mentioned recently at the Columbus International Film Festival in the United States.

In radio, Quirks and Quarks has successfully presented science and technology for a general audience for 12 years now. It's another award-winner. A more recent introduction has been The Medicine Show, and I'm pleased to see from the reports of your meetings that it has some fans on your committee.

I should also mention another radio program, The Food Show on Sunday mornings, because it has the distinction of being evaluated by two advisory committees--the Agriculture and Food Committee, and this one too.

Which illustrates very well our second basic approach to science material in CBC programs: because science touches all of us, in so many aspects of our lives, it cannot be confined to one production department or one part of the schedule.

As your committee has pointed out in the past, science and technology are part and parcel of Canadian life. They have their impact everywhere you look--in a whole range of social, economic, environmental and industrial issues, from fertilizers and food, to automation and jobs, to acid rain, climate change, soil erosion, nuclear and chemical waste, drugs, and the threat or promise of the future in the realm of biotechnical engineering and space research. And the list goes on.

Our general interest programs try to reflect that constant presence of science. It turns up in news programs, in radio shows like Morningside (which has its own science correspondent, Bob Fournier, in Halifax), in Sunday Morning and the Ideas series, among others. In television, you've had a look at several of The Journal's contributions, and I hope you will make a note of another one for the near future, a documentary on Isaac Newton. In network TV news, The National has its own science reporter, Eve Savory, who has made a notable contribution in getting science information and issues before the public. Despite the competition for space on our major news program, she continues to offer special reports as well as items on current news such as the recent international meeting in Montreal on how to counter the threat to the earth's ozone layer.

I know it's in this second approach--the handling of science in general programs such as news and current affairs--that concerns can arise from your perspective as science professionals. Your perceptions about the way science is portrayed can come into conflict with journalistic precepts. Committee members have sometimes faulted us in that regard. The criticism most often heard is that this item, or that documentary, is "superficial", or "inaccurate." The journalists' point of view, though, is that the

story must be addressed to a wide audience--not to a specialist concerned with detailed knowledge--and it must be told quickly and effectively.

There is never going to be a magic formula that will reconcile the discipline and the procedures of the laboratory and the lecture room with the demands of mass media information. The tensions that come from these different approaches are probably inevitable. But your comments in this area are nevertheless an extremely valuable reference point for our producers. I think I can say that terms like "dramatic breakthrough" and "miracle cure" seldom show up any longer in CBC programs dealing with science.

Another recurring concern of this committee, in both special and general programs, has been the extent to which we use Canadian scientific sources. The question raised is whether CBC producers and reporters use foreign sources--usually American--too often, and overlook equally qualified Canadians.

I can't offer a definitive answer, but there are two comments to be made. The first is that our policy on any topic is to go to the best qualified source, whether Canadian or foreign. The other point is the need for Canadian sources to be easily identifiable, and readily available to our program people. Your committee has taken concrete steps to add to our lists of resource people, and I hope that you'll continue with this work because it can certainly be very helpful.

I'm sure you'll be interested to know, by the way, that our Office of the Portrayal of Women in Programming has a project under way to put together a list of Canadian women experts in a number of fields, including science and technology. The work is not yet complete, but it will probably run to several hundred names, in disciplines ranging from genetics to astronomy. It will be for internal CBC use.

A broader question which I know some committee members have been concerned with is the place of science material in our overall program mandate. Is that place secure--or should it perhaps be spelled out in formal terms?

It's difficult these days to talk about long-term commitments of any kind, because we are operating in an atmosphere of some uncertainty, as you know. Despite the recommendations of the Caplan-Sauvageau report and all the discussion that has followed, there seems to be no immediate prospect of new legislation to update the national broadcasting policy or to confirm the central role of the CBC. It occurred to me as I was following all the recent reports on free trade negotiations that it might be quite a help to all of us in Canadian broadcasting if we too had some kind of binding settlement mechanism--something that would finally determine our future direction.

But even with all this uncertainty, two things are clear. Until changes are made, the CBC must continue to operate under the mandate given to us in the present Broadcasting Act. And we must do so under the same regimen of financial belt-tightening that we have had to cope with for the past two years of all-round reductions in government spending.

We have attempted to meet this challenge in the past through a variety of internal economies and measures to improve productivity and efficiency. We have concentrated our cuts in administrative and support areas, and have protected our program services as far as possible, but inevitably they are beginning to be weakened. Our Board of Directors has taken a policy decision that the time has come for a more positive and vigorous approach.

In the corporate plan announced last week, the Board set out a number of operating objectives for the next three years, based on management recommendations:

- CBC English television will increase its level of Canadian content to 95 per cent in prime time by 1990-91.
- French television and radio will be strengthened to help safeguard and enhance francophone culture in Canada.
- English radio quality will be sustained.
- English and French regional stations will be maintained.

These commitments to Canadian programming still include the special program areas represented by your committee and the other advisory committees.

Financially, our plan will be supported partly by the continued redirection of existing funds. But we will also have to look for further government support, and we will have to continue our efforts to increase commercial revenue. I know that some of you have expressed concern about commercials, but they are a fact of our lives, and we will simply have to be as vigilant as we can about their effect on programming.

In taking these bold decisions in spite of financial constraints, the Board and management of the CBC are recognizing their responsibility to see that the Corporation's vital role in Canada is maintained. It is a role assigned to them by Parliament, to be carried out at arm's length from the government of the day, and with the public interest always paramount.

One of our Board members, Brian Armstrong, expressed it this way at the recent CRTC hearings:

"Since public broadcasting began in this country, the need for distance between politicians and public officials on the one hand, and broadcasters on the other, has been recognized....At the same time, the public broadcaster must be fully accountable to the public it serves; accountable for the ways in which it brings public resources to bear on the mandate it has been given."

I found it gratifying, at the hearings, to see the high level of interest and participation by the public in this accountability process. The number of public interventions was close to 800, and the great majority of these were supportive of the CBC, or understanding in their suggestions for improvement.

The advisory committees represent another aspect of public input to CBC decisions, and to close my remarks today I'd like to mention again the role of the committees. As set out in your terms of reference, your main task is to offer a critical evaluation of our radio and TV programs in your special area of interest, to act as trend-spotters for our program people, and to pass along to them ideas that could be the basis of programs. Though all of you belong to a variety of professional groups and organizations, you sit on the committee as individuals and the views you express here are your own.

In the larger issues concerning the CBC and public broadcasting, the committee is an independent body and members are free to act and express themselves as they see fit. However, we do keep you informed about events and developments which you may want to comment on individually, or as a committee, or bring to the attention of other groups you belong to for their action. Recently, for example,

we notified all members about the CRTC hearings on renewal of our radio network licences. A number of our advisory committee members sent messages of intervention to the CRTC regarding the licence renewal, and on behalf of the CBC I must express my appreciation for their support.

I am sure that all of you belong or have belonged to other advisory committees--so you are familiar with the frustrations of that role. At the same time, I hope you will not lose sight of the opportunities you have to encourage the development of more and better science and technology programming, and to influence our program staff in that direction.

Thank you.



**Les sciences et la technologie
dans la programmation
de Radio-Canada**

Allocution de W.T. Armstrong
Vice-président exécutif
Société Radio-Canada

le 19 octobre 1987

devant le Comité consultatif
sur les sciences et la technologie
Réseaux anglais de la SRC

Bonjour. Il me fait plaisir de pouvoir me joindre à vous et de participer à vos discussions sur la programmation de Radio-Canada. J'aimerais particulièrement souhaiter la bienvenue aux nouveaux membres du comité.

Nos comités consultatifs français et anglais ne sont probablement pas aussi connus qu'ils le devraient, compte tenu de leur contribution inestimable au processus d'évaluation des émissions. Comme vous le savez, nous avons des comités dans trois domaines spécialisés : les émissions religieuses, l'agriculture, ainsi que votre propre secteur des sciences et de la technologie. La composition des comités varie à l'occasion, mais les membres sont toujours des spécialistes dans leur domaine, tout en étant des auditeurs et des téléspectateurs intéressés. Nous faisons appel à eux pour recueillir des conseils, des idées, des informations et des commentaires sur nos émissions, de même que pour favoriser un échange direct et souvent stimulant avec les planificateurs et les réalisateurs de nos émissions.

En cette première rencontre de la nouvelle saison, j'imagine que vous avez déjà discuté d'un certain nombre d'émissions récentes et que vous avez pu voir en avant-première ce qui sera l'un des cailloux blancs de la saison, soit les deux

heures de reportage sur les sciences et la technologie en Union soviétique qui ont été filmées par l'équipe de l'émission THE NATURE OF THINGS au cours du printemps et de l'été.

En plus de vous pencher sur des émissions en particulier, vous vous intéressez naturellement à des questions plus générales, entre autres à nos politiques et à nos objectifs généraux concernant les émissions scientifiques, plus particulièrement dans un contexte de restrictions économiques. Ce sont là des sujets dont j'aimerais vous parler brièvement.

Tout d'abord, il y a lieu de mentionner que la Société Radio-Canada fonctionne elle-même dans un domaine technologique, et ce domaine nous intéresse vivement. Il n'est donc pas nécessaire de nous persuader de l'importance des sciences et de la technologie en général. En fait, je dirais que la situation de Radio-Canada à cet égard ressemble beaucoup à celle du Canada dans son ensemble : nous sommes tous les deux de grands utilisateurs de technologie, nous créons très souvent des techniques spéciales pour satisfaire à nos besoins particuliers et nous gardons l'oeil ouvert sur les recherches et les nouvelles idées.

Les techniciens de Radio-Canada font depuis longtemps preuve de compétence et d'esprit innovateur en technologie de radiodiffusion, depuis le premier équipement de reportage radio en temps de guerre, jusqu'à la dernière nouveauté, la télévision à haute définition. À ce sujet, je suis sûr que vous avez entendu parler de la nouvelle coproduction de Radio-Canada, CHASING RAINBOWS, qui est la première mini-série au monde à être produite avec du matériel de haute définition.

Quant aux sciences, elles ont toujours été présentes sous une forme ou une autre dans nos grilles-horaires. À la radio, nous sommes passés des premières séries de causeries sur les sciences aux documentaires, aux magazines et aux interviews que nous avons aujourd'hui et pour lesquels nous pouvons souvent aller directement à la source, c'est-à-dire aux scientifiques personnellement intéressés. À la télévision, les émissions scientifiques, qui étaient à l'origine produites exclusivement en studio, se sont graduellement enrichies de séquences filmées, puis sont allées sur le terrain même, amenant ainsi les téléspectateurs directement à la source. Je suis sûr que les sciences et la technologie continueront de favoriser l'exploitation de nouveaux moyens de production, par exemple l'utilisation de l'infographie pour expliquer des sujets techniques ou scientifiques.

Peu importe sa forme, notre programmation scientifique a toujours suivi certaines démarches générales que nous croyons toujours valables.

Notre première obligation est de servir l'auditoire, c'est-à-dire de présenter les sciences de façon éloquente à des gens ordinaires. Cela ne signifie pas qu'il faille sacrifier des principes journalistiques tels que la rigueur et la minutie, mais bien qu'il faut combler l'écart entre le spécialiste et le grand public. Pour ce faire, il faut trouver des scientifiques avec des talents de communicateurs, ou encore des généralistes doués d'une curiosité scientifique. Il faut ainsi créer des émissions qui peuvent avoir un objectif sérieux, mais qui peuvent être aussi divertissantes, stimulantes et même provocatrices. En un mot, populaires.

Il n'y a pas de meilleur exemple que THE NATURE OF THINGS, qui en est maintenant à sa 28e saison. C'est l'une des réussites de la télévision de Radio-Canada : une série qui attire régulièrement des auditoires de plus d'un million de personnes, qui ravit les téléspectateurs et téléspectatrices, qui reçoit chaque année des prix internationaux et qui est diffusée dans des dizaines de pays. Nul doute que

David Suzuki est l'une des personnalités canadiennes les plus aptes à faire comprendre au public la place de la science dans nos vies. Comme vous le savez, M. Suzuki a obtenu le Prix Kalinga en 1986. C'est la plus grande distinction internationale dans le domaine des sciences populaires. À noter que ce même prix de l'Unesco a été accordé en 1977 à Fernand Séguin, qui a été l'animateur et le créateur d'un grand nombre d'émissions scientifiques sur nos réseaux français.

Nous avons également bien réussi dans la présentation des sciences aux enfants. C'est le cas de WONDERSTRUCK, émission lancée il y a quelques saisons dans le but de persuader les enfants de 9 à 14 ans que les sciences constituent un domaine intéressant, passionnant et vital. Je suis ravi de voir que cette émission a reçu un prix de la Canadian Science Writers' Association en mai dernier, et je crois qu'elle a aussi reçu une mention récemment lors du Columbus International Film Festival aux États-Unis.

À la radio, l'émission QUIRKS AND QUARKS présente avec succès depuis 12 ans les sciences et la technologie à un public général. Elle a aussi remporté plusieurs prix. THE MEDICINE SHOW est une émission plus récente, mais je suis heureux de

constater, d'après les procès-verbaux de vos réunions, qu'elle passionne déjà un certain nombre d'entre vous.

J'aimerais aussi mentionner une autre émission de radio, THE FOOD SHOW, qui passe le dimanche matin et qui a la particularité d'être évaluée par deux comités consultatifs, le Comité sur l'agriculture et l'alimentation et le vôtre.

Voilà qui illustre très bien notre deuxième attitude fondamentale face au contenu scientifique des émissions de Radio-Canada : étant donné que les sciences touchent chacun d'entre nous, dans bien des aspects de nos vies, on ne peut les confiner à un secteur de production ou à une partie de la grille-horaire.

Comme votre comité l'a souligné par le passé, les sciences et la technologie font partie intégrante de la vie canadienne. Elles ont partout des ramifications - qu'il s'agisse de questions sociales, économiques, environnementales ou industrielles, d'engrais ou d'aliments, d'automatisation ou d'emploi, de pluies acides, des changements climatiques, de l'érosion des sols, des déchets nucléaires et chimiques, des médicaments, ou encore des menaces ou des promesses d'avenir que présente le secteur du génie biotechnique et de la recherche spatiale. La liste est interminable.

Nos émissions d'intérêt général essaient de refléter cette présence constante des sciences. C'est le cas de nouvelles émissions de radio telles que MORNINGSIDE (qui a maintenant son propre correspondant scientifique, Bob Fournier, à Halifax), SUNDAY MORNING et la série IDEAS, entre autres. À la télévision, vous avez visionné plusieurs reportages du JOURNAL, et j'espère que vous remarquerez un autre documentaire qui sera très bientôt diffusé sur Isaac Newton. Dans le cas des nouvelles réseau à la télévision, THE NATIONAL a son propre reporter scientifique, Eve Savory, qui réussit de façon remarquable à présenter au public de l'information et des questions d'intérêt scientifique. Bien qu'il soit souvent difficile de lui trouver un créneau dans notre principale émission de nouvelles, Madame Savory continue d'offrir des reportages spéciaux ainsi que des topos dans le cadre des actualités, comme elle l'a fait récemment lors de la rencontre internationale de Montréal sur les menaces pour la couche d'ozone.

Je suis conscient que c'est cette seconde démarche - à savoir la présentation des sciences dans des émissions générales comme les nouvelles et les actualités - qui peut vous préoccuper à titre de spécialistes des sciences. Vos perceptions sur la présentation des sciences entrent

peut-être en conflit avec les principes journalistiques. Les membres du comité nous ont parfois critiqués à cet égard. La critique que l'on entend le plus souvent est que tel ou tel topo ou documentaire est "superficiel" ou "manque de précision". Du point de vue des journalistes, cependant, la nouvelle doit s'adresser à un vaste auditoire - pas à des spécialistes intéressés aux détails - et elle doit être racontée rapidement et avec efficacité.

Il n'y aura jamais de formule magique pour concilier la discipline et les méthodes utilisées en laboratoire et en salle de classe avec les exigences de l'information médiatique. Les tensions qui naissent de ces démarches différentes sont probablement inévitables, mais vos commentaires à cet égard constituent néanmoins un point de référence extrêmement utile pour nos réalisateurs. Je pense pouvoir affirmer que des expressions telles que "découverte sensationnelle" et "remède miracle" ne sont plus entendues que rarement dans les émissions de Radio-Canada à contenu scientifique.

Une autre question qui préoccupe souvent le présent comité, pour les émissions aussi bien générales que spéciales, est le degré d'utilisation des sources scientifiques canadiennes. On se demande si les réalisateurs et les reporters de

Radio-Canada ne font pas trop souvent appel à des sources étrangères, habituellement américaines, aux dépens de sources canadiennes tout aussi compétentes.

Je n'ai pas de réponse définitive, mais je peux apporter deux commentaires à ce sujet. D'abord, notre politique, pour quelque sujet que ce soit, consiste à faire appel à la source la plus compétente, qu'elle soit canadienne ou étrangère. Par ailleurs, il est nécessaire que les sources canadiennes soient plus faciles à identifier et plus accessibles à nos équipes de production. Votre comité a pris des mesures concrètes pour compléter nos listes de personnes ressources, et j'espère qu'il continuera d'y travailler, car les résultats pourraient être très utiles.

En passant, je suis sûr que vous serez intéressés de savoir que notre Bureau de l'image de la femme dans la programmation est en train de dresser une liste de femmes canadiennes spécialisées dans un certain nombre de domaines, y compris les sciences et la technologie. Le travail n'est pas encore terminé, mais il comprendra probablement plusieurs centaines de noms, dans des disciplines allant de la génétique à l'astronomie. Ce document sera réservé au personnel de Radio-Canada.

Une question plus générale que je sais préoccuper certains membres du comité est la place des sciences dans le mandat général de notre programmation. Cette place est-elle assurée, ou devrait-on la définir de façon formelle?

Il est difficile aujourd'hui de parler d'engagements à long terme, quels qu'ils soient, parce que, comme vous le savez, nous fonctionnons dans un climat d'incertitude. Malgré les recommandations du rapport Sauvageau-Caplan et toutes les discussions qui ont suivi, on ne semble pas entrevoir dans l'immédiat une nouvelle loi qui mettrait à jour la politique nationale de radiodiffusion ou qui confirmerait le rôle central de Radio-Canada. Il m'est venu à l'esprit, alors que je suivais tous les récents reportages sur les négociations concernant le libre-échange, qu'il nous serait peut-être très utile à nous tous intervenants de l'industrie canadienne de la radiotélévision de disposer également d'un mécanisme d'entente obligatoire - quelque chose qui déterminerait définitivement notre orientation future.

Toutefois, malgré toutes ces incertitudes, deux choses restent claires. Jusqu'à ce que les modifications soient apportées, Radio-Canada doit continuer à fonctionner selon le

mandat qui lui a été conféré en vertu de l'actuelle Loi sur la radiodiffusion. Et nous devons faire face au même régime de compression financière qui s'applique depuis deux ans à toutes les dépenses publiques.

Par le passé, nous avons essayé de relever ce défi en appliquant diverses mesures et économies internes susceptibles d'améliorer la productivité et l'efficacité. Nous avons concentré nos réductions dans les secteurs de l'administration et des services de soutien et nous avons essayé de protéger les émissions dans la mesure du possible, mais, inévitablement, ce dernier secteur commence aussi à montrer des signes de faiblesse. Notre Conseil d'administration a décidé que le temps est venu d'adopter une attitude plus positive et énergique.

Dans le plan d'entreprise rendu public la semaine dernière, le Conseil d'administration a fixé un certain nombre d'objectifs d'exploitation pour les trois prochaines années, en fonction des recommandations suivantes de la direction :

- La télévision anglaise de Radio-Canada portera à 95% sa teneur en émissions canadiennes aux heures de grande écoute d'ici 1990-1991.

- La télévision et la radio françaises seront renforcées en vue de protéger et de mettre en valeur la culture francophone au Canada.
- La qualité de la radio anglaise sera conservée.
- Les stations régionales françaises et anglaises seront maintenues.

Ces engagements sur le plan de la programmation canadienne comprennent toujours les secteurs spéciaux représentés par votre comité et les autres comités consultatifs.

Financièrement, nous pourrons soutenir notre plan en partie en continuant à réaffecter des fonds existants. Mais nous aurons besoin d'un plus grand appui gouvernemental et nous devons travailler davantage à accroître les recettes commerciales. Je sais qu'un certain nombre d'entre vous s'inquiètent de la publicité, mais, puisqu'elle fait partie de nos vies, nous devons simplement surveiller d'aussi près que possible ses effets sur la programmation.

En prenant des décisions aussi audacieuses malgré les contraintes financières, le Conseil d'administration et la direction de Radio-Canada reconnaissent qu'il leur revient

d'assurer le maintien du rôle vital de la Société au Canada. Ce rôle leur a été assigné par le Parlement et doit être rempli indépendamment du gouvernement en place, toujours dans l'intérêt du public.

Lors des récentes audiences du CRTC, l'un des membres de notre Conseil d'administration, Brian Armstrong, exprimait cette idée comme suit :

"Depuis les débuts de la radiodiffusion au pays, on a reconnu la nécessité de garder une certaine distance entre les personnes politiques et les fonctionnaires d'une part, et les organismes de radiotélévision d'autre part... En même temps, l'organisme public de radiotélévision doit être entièrement comptable envers le public qu'il dessert, en ce sens qu'il doit rendre des comptes sur la façon dont il utilise les ressources publiques pour réaliser le mandat qui lui a été confié."

C'est avec plaisir que j'ai pu constater, lors des audiences, le très grand intérêt et la participation du public dans ce processus de reddition de comptes. Il y a eu près de 800 interventions du public, et la grande majorité d'entre elles

appuyaient Radio-Canada ou présentaient des suggestions positives d'amélioration.

Les comités consultatifs constituent un autre mode de participation du public aux décisions de Radio-Canada. C'est pourquoi, pour terminer, j'aimerais mentionner de nouveau le rôle des comités consultatifs. Comme le précise votre mandat, votre tâche principale consiste à offrir une évaluation critique de nos émissions de radio et de télévision dans votre domaine particulier, à cerner les tendances pour le bénéfice des préposés à la programmation et à communiquer à ces derniers des idées qui pourraient servir de base à des émissions. Bien que vous apparteniez tous à divers groupes et organismes professionnels, vous siégez au comité à titre privé, et les opinions que vous exprimez sont uniquement les vôtres.

Sur des questions plus générales concernant Radio-Canada et la radiotélévision publique, le comité constitue une entité indépendante; ses membres sont libres d'agir comme ils le veulent et d'exprimer leur opinion. Cependant, nous vous tenons au courant des événements que vous pourriez vouloir commenter à titre individuel ou au nom du comité, ou de

porter à l'attention des autres groupes auxquels vous appartenez. Ainsi, nous avons récemment informé tous les membres des audiences du CRTC sur le renouvellement des permis d'exploitation de nos réseaux radiophoniques. Un certain nombre de membres de nos comités consultatifs ont fait des interventions auprès du CRTC en faveur du renouvellement des permis. De la part de Radio-Canada, je tiens à les remercier de leur appui.

Je suis sûr que vous faites tous partie ou avez déjà fait partie d'autres comités consultatifs et que vous connaissez donc les frustrations liées à ce rôle. J'espère malgré tout que vous ne perdrez pas de vue les possibilités que vous avez d'encourager une programmation plus riche en sciences et en technologie et d'orienter en conséquence les responsables de nos émissions.

Merci.

CAI

KU

- 577



An address by Pierre Juneau,
President,
Canadian Broadcasting Corporation,
to a National Conference of
The Canadian Institute,
Montreal

October 22, 1987

Your inviting me here makes it clear just how important the CBC is for you in the private sector and for your future. In specific terms: we are your allies - allies currently experiencing difficult times - but responsible allies.

I will not, however, talk to you only of purchase rights and financial problems; because it is important for you to be aware of the general course the CBC has set itself as it will have an effect on you.

I will therefore discuss two subjects with you today. The first is of a general nature. The second is of more particular concern to the private sector as well as to the CBC and it concerns financial policies, cooperation between the CBC and private producers, financial policies and Telefilm.

As regards general policy, I will talk primarily of the French service of the CBC, since we are in Montreal. This is not because the problems of the English CBC are not pressing. They are particularly so.

I would even be tempted to say that we should all work together to help resolve the main problem of English-language television once and for all. I refer primarily to the overpowering presence of American programs. It has been a concern of people involved in Canadian television for more than 20 years.

During the 60s, as private Canadian television stations multiplied and filled their broadcast schedules with American drama, the need for CBC English television to become more Canadian and above all more original became increasingly clear. The solution to the problem, however, is both evasive and extremely costly.

In the meantime, the financial situation has become more difficult. The CBC no longer enjoys annual budget increases. Quite the contrary, our salary budgets are automatically reduced each year; we have, moreover, been obliged in the past 3 years to absorb the effects of inflation. We have in the past few years worked intensively to increase our commercial revenues; happily, now, we are allowed to keep them all, and this has contributed to protecting our joint venture with the private sector since the creation of the Development Fund.

The all-encompassing presence of American television on the English network of the CBC is our Achilles' heel. It threatens the CBC as a whole beyond even its recognized areas of excellence. CBC Radio - both French and English, AM and FM - is much admired. French television - and I'll return in a moment to its problems - has always enjoyed remarkable success.

The Board of Directors of the CBC has just announced the virtual elimination of American imports from English-language programming over the course of the next three years. We must do this. We have not yet identified all the ways to achieve this, but we will do it.

We have to remove this encumbrance. The health of the CBC is in the balance. I don't have to explain the importance of this strategy for the private production sector. We must join together, therefore, to ensure its success.

Let's have another look at French services. We fail to recognize, in my opinion, the extent to which CBC French radio and television are currently being weakened in both the networks and the regional stations from Vancouver to Moncton, on the Prairies, in Ontario and even in Quebec.

I do not mean our programs are any less popular. In many regions, DES DAMES DE COEUR, LE TÉLÉJOURNAL, LA SOIRÉE DU HOCKEY, IL FAIT TOUJOURS BEAU QUELQUE PART, information on AM radio and the radio magazines between 6 a.m. and 9 a.m. continue to enjoy unmitigated success.

We are forced, however, to cut back on both the quality and quantity of our radio and television programs. Obviously we have to trim excessive administrative costs. Obviously we have to trim unnecessary production luxuries. These luxuries, however, are few and far between. The CBC proved to the satisfaction of the Caplan-Sauvageau Task Force that its production costs were generally lower than those of the private sector.

Including certain programs in our television schedule primarily because of the revenues they generate is unfortunate but necessary. Confining TV serials to kitchen, living room, office or bedroom sets is simple and economical but fails to inform Canadians of their history, communities and country. They must have their fair share of programs that touch them, move them, inspire them, excite them, fill them with enthusiasm and carry them away.

Packing drama programs with camouflaged advertising is in dubious taste on private stations and worse on the CBC.

Replacing original works of music in programs more and more by recorded music means a saving for the CBC, but certainly not for composers or musicians.

Originally, the CBC was seen as a source of culture. Popular culture, no doubt, because we musn't remove ourselves too far from the public as a whole. We must be on friendly terms with the people we serve, our fellow citizens, our compatriots, who finance us. However, I am convinced that the people subsidize us so that we can offer them in as pleasant and exciting a way as possible - whether funny or sad - something that has worthwhile meaning in their lives.

They know that more commercial services are available on other channels. That's fine. We need something for everyone.

But public television and radio were created in Canada to provide our best creators and our best performers with an opportunity to express themselves and to allow the citizens of Canada access to the best creations, the best ideas, the best traditions and intellectual values - whether we're talking about theatre, literature, music, dance, science, technology, economics, things social or things political.

This is what we attempt to do at the CBC, and I claim that's what we have managed to do to a large extent. At the same time, we are perfectly aware - CBC personnel, producers, creators and the Board of Directors - of the improvements we must make in our services. Necessary improvements. Get our series out of the studios. Carry more classical and contemporary theatre. Make more room for the major cultural undertakings. I will come back later to some practical issues, such as the need to pay higher rates to the producers of programs and films.

We must also shore up information on both radio and television. We must rethink and strengthen our information programming. Certain problems are due to lack of budgets, others are not. Our Director of Information Services, Pierre O'Neil, recently assigned a study group the task of reviewing radio information and proposing how it may be improved. Pierre O'Neil is convinced, along with the vice-presidents of television and radio, that some major improvements in radio information are imperative. In this regard, he has my entire support.

We could also make an effort, on both radio and television, to address the concerns of the community and educational authorities with regard to language improvement. I have asked the French Vice-Presidents to give thought to this and submit their proposals to me.

In addition, on both radio and television, we have to broaden our horizons to take into account the so-called ethnic groups. French is available to all those who wish to speak it and hear it, no matter what their ethnic or cultural background. But still, we have to talk to Canadians about what concerns them. The CBC's Board of Directors has therefore included in its policies a very clear provision to this effect, to guide the vice-presidents of radio and television and their colleagues.

The budgets allocated to the French networks of the CBC are sometimes compared with those granted to the English networks. I would like to take a twofold approach to such comparisons.

If we begin by taking a look at the CBC's budgets overall, we find that expenditures per capita, by language, are far from unfairly distributed. In other words, per capita, the distribution of budgets between the French and English sectors is fair and compares favourably with similar institutions. On a per capita basis, budgets for smaller groups, such as the people in the Maritimes or the Prairies, or the more remote communities like those found in the far North are also particularly fair. In this case, per capita expenditures are very high.

Taking another approach, people may say that a good network program costs just as much, whether it is produced in French or in English. However, if we compare the absolute costs of programs rather than the costs per capita, it becomes quite clear that the French programs have smaller budgets at their disposal than English programs.

When the master budgets for English Services and French Services are being prepared, it is difficult to ignore geographical distribution completely. If we compare program budgets in one country with those in another, we find that the budgets in the larger markets are higher than those in smaller markets. Thus, THE JOURNAL in Toronto costs \$2,000 a minute and LE POINT in Montreal, \$1,175 a minute, while 60 MINUTES in the U.S. costs \$CAN 10,500 a minute.

Nevertheless, I think we must establish a more adequate level of funding for the CBC's French-language programs. This could obviously positively affect the acquisition rights paid to private producers.

I hasten to add that the solution certainly does not consist in reducing the English Services' budgets. They are already inadequate.

Let us make no mistake. Despite the English-language American and Canadian competition, we manage in French to maintain the interest of our listeners and viewers. The price we have to pay is occasionally using the same means as our competitors. Generally, however, this undermines the CBC's raison d'être.

And so, despite all our success on television and on radio, I am worried about what is happening on the French side of the CBC.

I think I have sufficiently militated in favour of improving English-language broadcasting to be entitled to proclaim the unbelievable importance, for French-speaking Canadians, of CBC radio and television and to express aloud the risk they are running.

Its importance for Quebec. Bring together 100 Quebec personalities from various fields and ask them their opinion about the significance of the CBC's role in Quebec in the past 30 or 40 years. I bet that nearly all of them will say that the CBC's role matches that of any of the major institutions in Quebec society: the school, the church, the university. That's saying something.

Its importance for the French-speaking minorities in the other provinces. Think for a minute of Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Toronto, Fredericton and Halifax. What stable, powerful institutions are there on the French side? There is the church; citizens' groups; school policies, which are improving greatly. But the media? Imagine Montreal or Quebec City without radio, without television, without newspapers, without theatres. Well, for Francophones in the rest of the country, we have to realize that the CBC is the media. And unfortunately, often there is not even a CBC.

Your colleagues and associates on the English side know the extent to which the plans we recently announced and that I have discussed today are important for the industry and for Canada's cultural sovereignty - particularly in the context of free trade.

This is why the Minister of Communications, Flora MacDonald, stressed the importance for English-language television of increasing Canadian programming.

I have tried to share with you today how urgent I feel it is for us to be attuned to the importance of the French-language CBC for Francophones in Canada, in Quebec and all parts of Canada; wherever they live or wherever they choose to live. The CBC is urgently in need of improvement and cultural and journalistic enrichment. We know that. No complicated legislative changes are required. Simply, as we have said in the past, "Let's do it!".

I have said on a number of occasions that we are partners working with you. Since 1983, we are committed to giving over 50 per cent of our programs - except in sports, news and public affairs - to the private sector. We are rapidly achieving this goal despite budget constraints, which have slowed down our overall increase in Canadian programming.

Of course, there is some resistance within the CBC. But our policy is clear and firm. I will say, however, that our employees and their unions might have more support for this policy if they had no reason to fear that certain producers were aiming to take over all of CBC productions.

I assure them that, as far as I know, this is not a private sector strategy. I might point out, however, that if the private-sector took a policy position that was as clear as that of CBC management, our employees would no doubt feel they had less to fear. We must recognize that our employees, some of whom have spent 15, 20 or 25 years of their lives at the CBC, have at present some reason to feel insecure.

As I mentioned, all of these more general considerations have eminently practical consequences. Let us return, however, to some more specific aspects.

Since the creation of the Telefilm Fund in 1983, we - both the English and French networks of the CBC - have been and would like to continue to be the principal player. In broad terms, the Corporation has spent approximately \$96 million, and this in turn has generated \$155 million from Telefilm Canada. Productions worth over \$545 million have been undertaken as the result of our involvement.

The CBC's three-year plan was recently made public. It is quite clear.

- ° We will continue to move towards our goal of 50% of non-sports and information programming being produced by the independent production sector; the French sector expects to achieve this objective by 1990-1991;
- ° on English television we are aiming at 95% Canadian content in prime time by 1990-91;
- ° on English television as well, we will increase drama production by 4 hours a week by 1990-91;
- ° there will be an increase in regional contributions to both networks.

To accomplish this, we have to resolve a number of concerns:

- ° The White Paper on Tax Reform outlined certain changes to the capital cost allowance (CCA). You are seriously concerned about the effect this will have on production. So are we.

- Senior officials of both networks have held meetings with officials from the Finance Department to examine in detail the serious implications the proposed changes to existing CCA provisions would have on private investment, and hence on the production of independently-produced Canadian programming.
- ° I have expressed our concerns and offered our cooperation in a letter to the Minister of Finance and his colleague the Minister of Communications.

As regards Telefilm Canada, we feel that most of the provisions of the original memorandum of agreement between the Minister and Telefilm were valid. To my knowledge, succeeding Ministers have found it acceptable. In our opinion, it has proven itself, and we have therefore backed it from the outset.

However, Telefilm's new five-year plan may well change the rules of the game for producers and broadcasters. Certain proposals are of particular concern. All of the network presidents have requested to meet with the President of Telefilm before any changes are implemented. A meeting is to be held in this regard.

In view of the fact that Telefilm policy is governed by a memorandum of agreement between the Minister and Telefilm, the network presidents also requested a meeting with the Honourable Flora MacDonald. I will identify some of the principles we consider important and some of our concerns.

- ° We feel that assistance from Telefilm should first serve the needs of Canadian programming. Of course, projects require financing, and so much the better if we can earn good international revenues as often as possible. The order of priorities, however, must not be reversed.
- ° The network presidents agree, I believe, that Telefilm should limit its financial contributions to the development, production and distribution of programs or films. We all agree that investing in companies would be a grave error.
- ° We also feel that Telefilm's approach to managing its funds should include keeping separate envelopes for films, television, development and marketing.
- ° We all of course agree - producers, Telefilm and broadcasters alike - in our desire not to see a repetition of the situation of last year in which funds were returned that might well have benefited any number of people.

This, of course, raises the question of broadcast rights. My colleagues and I agree that the CBC should, in principle, be paying more for rights. So, theoretically, we agree on the need for an increase. However, in the present financial context, we do not see how we could do so without decreasing the number of projects proportionately and thus without noticeably affecting the program schedule.

Why do we agree? For two reasons. On the one hand, because the CBC has a cultural mandate and, on the other, the Canadian market, and particularly the Francophone Canadian market, is small. Some projects find particularly lucrative markets, either at home or abroad, and we could not be happier. But it is out of the question, unrealistic and intellectually dishonest to try and build our entire system on the assumption of profitable exports.

I would add that, in my opinion, the difference between French Canada and English Canada in this regard is only a matter of degree. That is, the problem arises on the English side too, but it is more complex on the French side.

It is no doubt because the problem is more complex on the French side that certain Francophone producers have begun to produce in English. I am told that even in France they are fascinated by the American market, which is proving to be an irresistible attraction.

This is not for us. We have spent too long trying to maintain Canadian originality and sovereignty. We have spent too much energy at all political levels, both provincial and federal, to preserve French originality in this country. Surrounded as we are by an Anglophone sea, perhaps our situation makes us more vigilant - not to say more powerful than the French. We have fought hard to express French originality in North America. We have done it through education, a language policy, social services, economics, political institutions and indeed even our international policy.

If we were only concerned with industry and commerce, we could put our efforts into more lucrative sectors. This, however, would betray the original reasons we had some fifty years ago for setting up a broadcasting system.



Allocution de Pierre Juneau
Président de la Société Radio-Canada
à une conférence nationale de
The Canadian Institute
à Montréal

le 22 octobre 1987

L'invitation que vous m'avez faite indique sans doute à quel point Radio-Canada joue un rôle important pour vous du secteur privé et pour votre avenir. Je le dirai donc clairement : nous sommes vos alliés. Des alliés qui traversent présentement des difficultés, mais nous sommes des alliés responsables.

Cependant, je ne vous parlerai pas uniquement de droits de diffusion et de problèmes fiscaux. Car il est important que vous compreniez aussi certaines orientations générales de Radio-Canada qui ont un impact sur vous.

Je traiterai avec vous aujourd'hui de deux sujets. Le premier sera d'ordre général, et je vous parlerai ensuite de questions qui touchent plus particulièrement le secteur privé et qui nous préoccupent aussi, à savoir notre collaboration avec les producteurs privés, les politiques fiscales et Téléfilm.

En ce qui a trait aux politiques générales, je veux surtout parler du côté français de Radio-Canada, puisque nous sommes à Montréal. Non pas que les problèmes du côté anglais ne soient pas urgents. Ils le sont terriblement.

Je serais même tenté de dire que nous devrions tous nous liguier pour aider à résoudre le problème central de la télévision anglaise, une fois pour toutes. Je parle principalement de la présence excessive des émissions américaines. Depuis plus de vingt ans, ça préoccupe tous les gens qui s'intéressent à la télévision canadienne.

En effet, au fur et à mesure que, durant les années 60, les postes privés canadiens se sont multipliés et ont nourri leurs grilles-horaires d'émissions dramatiques américaines, il est devenu de plus en plus évident que la télévision anglaise de Radio-Canada devait devenir plus canadienne et surtout plus originale. C'était là, toutefois, une question non seulement difficile à résoudre, mais surtout fort coûteuse.

Depuis, la situation financière, elle, est devenue plus difficile. Radio-Canada ne voit plus ses budgets augmentés chaque année. Au contraire, nos budgets-salaires sont automatiquement réduits tous les ans et, depuis trois ans, nous sommes tenus d'absorber l'impact de l'inflation. Nous avons fait, depuis quelques années, des efforts intensifs pour augmenter nos recettes commerciales; heureusement on nous permet maintenant de conserver toutes ces recettes, ce qui a contribué à sauvegarder notre collaboration avec le secteur privé depuis la création du Fonds de développement.

Cette présence envoûtante de la télévision américaine au réseau anglais de Radio-Canada, c'est notre talon d'Achille. Cela menace l'ensemble de Radio-Canada, au-delà même de ses secteurs d'excellence reconnus. La radio de Radio-Canada, française comme anglaise, AM comme FM, suscite beaucoup d'admiration. La télévision française - et je vais revenir dans un instant à ses problèmes - connaît depuis toujours des succès remarquables.

Le Conseil d'administration de Radio-Canada vient donc d'annoncer que nous allons pratiquement éliminer ces importations américaines à la télévision anglaise, d'ici trois ans. Il le faut. Nous n'avons pas encore trouvé tous les moyens de le faire, mais il faut le faire.

Il faut lever cette hypothèque. Le salut de Radio-Canada passe par là. L'importance de cette stratégie est évidente, pour vous du secteur privé de la production. Il faut donc, je crois, se liguer pour qu'elle réussisse.

Mais revenons-en aux services français. On ne se rend pas suffisamment compte, à mon avis, de l'affaiblissement que subissent actuellement la radio ou la télévision françaises de Radio-Canada, tant au niveau des réseaux que des stations régionales, de Vancouver à Moncton, dans les Prairies, en Ontario, et même au Québec.

Je ne parle pas d'une baisse dans le succès populaire de nos émissions. DES DAMES DE COEUR, LE TÉLÉJOURNAL, LA SOIRÉE DU HOCKEY, IL FAIT TOUJOURS BEAU QUELQUE PART, l'information à la radio AM, les magazines radiophoniques de 6 h 00 à 9 h 00 dans plusieurs régions continuent d'être des succès d'auditoires incontestables.

Nous sommes forcés cependant de procéder désormais à un "amaigrissement" de nos émissions de radio et de télévision, en qualité comme en nombre d'épisodes.

Amaigrir là où il peut y avoir des dépenses superflues en administration, d'accord. Amaigrir même en production, là où il peut y avoir des luxes inutiles, d'accord. Mais il n'existe plus beaucoup de luxes de ce genre. Radio-Canada a d'ailleurs démontré, à la satisfaction du groupe Sauvageau-Caplan, que ses coûts de production, en général, étaient légèrement moins élevés que ceux du secteur privé.

Inscrire certaines émissions à la grille de télévision principalement parce que nous ne pouvons nous passer des recettes commerciales qu'elles nous apportent, c'est nécessaire, mais c'est regrettable.

Maintenir les téléromans dans des décors de cuisine, de salon, de bureau ou de chambre à coucher, c'est simple et économique, mais ce n'est pas suffisant pour raconter aux Canadiens leur histoire, leur milieu, leur pays. Il faut leur offrir suffisamment d'émissions qui les touchent et les émeuvent profondément, qui les inspirent, les passionnent, les transportent ou même les enthousiasment.

Larder les émissions dramatiques de publicité camouflée, c'est d'un goût douteux, même à l'antenne des stations privées, mais encore plus à Radio-Canada.

Remplacer de plus en plus la musique originale dans les émissions par de la musique en conserve, c'est économique pour Radio-Canada, mais certainement pas pour les compositeurs ou les musiciens.

Radio-Canada a été conçue au départ comme un organisme culturel. Culture populaire certes, car il ne faut pas que nous nous éloignons de l'ensemble de la population. Il nous faut être en amitié avec les gens que nous desservons, nos concitoyens, nos compatriotes, nos principaux bailleurs de fonds. Mais je suis convaincu que les gens nous subventionnent pour que nous leur proposons de façon agréable, excitante, de façon tantôt drôle, tantôt triste, ce qui donne un sens et une valeur à leur vie.

Ils savent qu'ils peuvent trouver ailleurs un service plus commercial. C'est bien. Il en faut pour tous les goûts.

Mais on a créé une télévision et une radio publiques au Canada pour permettre aux meilleurs créateurs, aux meilleurs artistes de s'exprimer. Pour permettre aux citoyens d'avoir accès aux meilleures créations, aux meilleures idées, aux meilleures traditions et valeurs intellectuelles - qu'il s'agisse du théâtre, de la littérature, de la musique, de la danse, de la science, de la technique, de l'économie, du social ou du politique.

C'est cela que nous tentons de faire à Radio-Canada et, je l'affirme, c'est ce que nous réussissons à faire dans une large mesure. Nous sommes tout à fait conscients cependant - le personnel de Radio-Canada, les réalisateurs, les créateurs et aussi le Conseil d'administration - des améliorations qu'il faut apporter à nos services. Des améliorations nécessaires : faire sortir les séries des studios; diffuser plus de théâtre classique et contemporain; donner plus de place aux grands organismes de culture. Je reviendrai plus loin sur des questions pratiques comme, par exemple, la nécessité de payer des droits plus élevés aux producteurs de programmes et de films.

Il faut aussi étayer l'information tant à la radio qu'à la télévision.

Il faut repenser et renforcer notre programmation d'information.

Certains problèmes sont de nature budgétaire, d'autres pas. Récemment, notre directeur général de l'Information, Pierre O'Neil, a confié à un groupe d'étude le soin de revoir l'information radio et de faire des recommandations à la direction sur les façons de l'améliorer.

Pierre O'Neil est convaincu, comme les vice-présidents de la télévision et de la radio, qu'il est impérieux d'apporter des améliorations importantes à l'information radio. Il a tout mon appui à ce sujet.

Nous pourrions aussi faire un effort, et à la radio et à la télévision, pour rejoindre les préoccupations du milieu et des autorités du monde de l'éducation quant à l'amélioration de la langue. J'ai demandé à nos vice-présidents français de réfléchir à cette question et de me faire des propositions.

Il faut encore, tant à la radio qu'à la télévision, pratiquer une plus grande ouverture envers les groupes dits d'origine ethnique. La langue française appartient à tous ceux qui veulent la parler et l'entendre, quelle que soit leur origine ethnique ou culturelle. Encore faut-il que nous parlions aux Canadiens de ce qui les touche. Le Conseil de Radio-Canada a donc inscrit dans ses politiques, à la recommandation des vice-présidents de la radio et de la télévision et de leurs collègues, une disposition très nette à ce sujet.

On compare parfois les budgets des réseaux français de Radio-Canada à ceux des réseaux anglais. C'est là une question sur laquelle je veux formuler des considérations de deux ordres.

Si l'on examine d'abord l'ensemble des budgets de Radio-Canada, on constate que les dépenses per capita, selon la langue, sont loin d'être injustement partagées. En d'autres mots, per capita, la répartition de nos budgets entre les secteurs français et anglais est équitable et se compare favorablement à n'importe quelle institution analogue. Per capita, les budgets des groupes moins nombreux, comme les gens des Maritimes ou des Prairies, ou des collectivités plus isolées comme celles du grand Nord sont aussi très équitables. Les dépenses per capita dans ce cas sont en effet fort élevées.

On peut, d'un autre point de vue, se dire qu'une bonne émission de type réseau coûte aussi cher, qu'elle soit produite en français ou en anglais. Si l'on compare les coûts absolus d'émissions plutôt que les coûts per capita, il est bien clair que les programmes français disposent de budgets moins élevés que les programmes anglais.

Dans l'établissement des budgets généraux des services anglais et français, il est difficile d'ignorer complètement les proportions démographiques. Si l'on compare les budgets de programmes d'un pays à l'autre, on constate que les budgets dans les plus grands marchés sont plus élevés que ceux de marchés moindres. Aussi THE JOURNAL à Toronto coûte 2 000 dollars la minute, LE POINT, à Montréal, 1 175 dollars la minute, alors que 60 MINUTES aux États-Unis coûte 10 500 dollars canadiens la minute.

Malgré tout, je crois qu'il faudrait atteindre un palier plus adéquat de financement pour les émissions en langue française de Radio-Canada. Et ceci pourrait évidemment avoir un effet bénéfique sur les droits d'acquisition versés aux producteurs privés.

J'affirme du même souffle que la solution ne consiste sûrement pas à diminuer les budgets du secteur anglophone. Ils sont déjà insuffisants.

Ne nous trompons pas. En dépit de la concurrence américaine et canadienne de langue anglaise, nous arrivons en français à maintenir l'intérêt de nos auditeurs et spectateurs. Le prix à payer - c'est qu'il faut quelques fois utiliser les mêmes moyens que nos concurrents. La plupart du temps ces manoeuvres portent atteinte à la raison d'être fondamentale de Radio-Canada.

Et donc, malgré nos succès, à la télévision et à la radio, je m'inquiète de ce qui est en train de se passer du côté français de Radio-Canada.

Je crois avoir assez milité pour l'amélioration de la radiodiffusion du secteur anglophone pour mériter le droit de proclamer l'importance incroyable, pour la francophonie canadienne, de la radio et de la télévision de Radio-Canada et de dire à haute voix le danger qu'elles courent.

Importance pour le Québec. Rassemblez cent personnalités du Québec en divers domaines et demandez-leur ce qu'ils pensent de l'importance du rôle de Radio-Canada au Québec depuis 30 ou 40 ans. Je parie qu'à peu près tous diront que ce rôle égale celui de toutes les principales institutions de la vie québécoise : l'école, l'Église, l'université. Ça n'est pas peu dire.

Importance pour les minorités francophones des autres provinces. Pensons à Vancouver, Edmonton, Regina, Winnipeg, Toronto, Fredericton, Halifax. Quelles sont les institutions stables, puissantes, du côté francophone? Il y a l'Église; les regroupements de citoyens; les politiques scolaires qui s'améliorent grandement. Mais les médias? Or imaginez Montréal ou Québec sans la radio, sans la télévision, sans les journaux, sans les théâtres.

Eh bien, il faut se rendre compte que, pour les francophones du reste du pays, les médias c'est Radio-Canada. Malheureusement, souvent il n'y a même pas Radio-Canada.

Vos collègues et vos associés du secteur anglais savent à quel point les plans que nous avons récemment annoncés et dont j'ai parlé aujourd'hui sont importants pour l'industrie et aussi pour la souveraineté culturelle du pays - surtout dans la perspective du libre échange.

C'est pourquoi d'ailleurs la ministre des Communications, Madame Flora MacDonald, insistait sur l'importance pour le réseau anglais de télévision de pouvoir augmenter sa programmation canadienne.

J'ai tenté de vous faire partager aujourd'hui ma conviction qu'on doit de toute urgence prendre conscience plus vivement, plus dramatiquement, de l'importance de Radio-Canada pour les francophones du Canada, au Québec et dans toutes les régions du Canada où ils vivent et où ils veulent vivre. Il y a des améliorations urgentes, des enrichissements culturels et journalistiques qu'il faut apporter à Radio-Canada. Nous les connaissons. Ils n'exigent pas de changement législatif compliqué. Il faut simplement, comme nous l'avons déjà dit, "le courage de nos convictions".

J'ai dit à plusieurs reprises que nous vous considérons, vous du secteur privé de la production, comme nos associés dans l'accomplissement de notre tâche. Depuis 1983, nous nous sommes engagés à confier 50 pour cent de notre programmation - sauf pour le sport, les nouvelles et les affaires publiques - au secteur privé. Nous y arrivons rapidement en dépit des difficultés budgétaires qui ralentissent l'augmentation totale de notre programmation canadienne.

Bien sûr, il existe des résistances à l'intérieur de Radio-Canada. Mais notre politique est claire et ferme. Je vous dirai cependant que nos employé(e)s et leurs syndicats soutiendraient peut-être mieux cette politique, s'ils n'avaient aucune raison de craindre que la stratégie de certains producteurs ne soit de s'emparer de l'ensemble de la production de Radio-Canada.

Quant à moi, je les rassure que ça n'est pas là, à ma connaissance, une stratégie du secteur privé. Je dirai, cependant, que si le secteur privé prenait une position politique aussi claire que celle de la direction de Radio-Canada, cela aiderait sans doute à faire tomber la méfiance de nos employé(e)s. Rendons-nous compte, par ailleurs, que nos employé(e)s, qui ont parfois consacré 15, 20 ou 25 ans de leur vie à Radio-Canada, ont à l'heure actuelle un certain nombre de motifs d'insécurité.

Comme je l'ai mentionné, toutes ces considérations plus générales ont des conséquences éminemment pratiques. Mais venons-en à quelques aspects plus particuliers.

Depuis la création du Fonds Téléfilm, en 1983, nous avons été - Radio-Canada, côtés français et anglais - le principal participant et nous voulons le demeurer. De manière générale, la Société a dépensé environ 96 millions de dollars, qui ont à leur tour engendré 155 millions de Téléfilm Canada. Des productions totalisant plus de 545 millions de dollars ont été entreprises grâce à notre participation.

Notre plan triennal a été rendu public récemment. Il est très clair.

- ° Nous poursuivrons notre objectif qui consiste à faire produire 50 pour cent de la programmation, autre que les sports et l'information, par le secteur indépendant; notre réseau français compte atteindre cet objectif en 1990-1991;
- ° À la télévision anglaise, nous visons une teneur canadienne de 95 pour cent aux heures de grande écoute d'ici 1990-1991;

- À la télévision anglaise également, nous augmenterons la production des dramatiques de 4 heures par semaine d'ici 1990-1991;

- ° Les contributions régionales aux deux réseaux augmenteront.

Pour ce faire, nous devons résoudre un certain nombre de problèmes :

- ° Le livre blanc sur la réforme fiscale propose des changements à la déduction pour amortissement. Vous vous inquiétez sérieusement des répercussions que cela aura sur la production. Nous aussi.

- ° Les responsables de nos deux réseaux ont tenu des réunions avec des représentants du ministère des Finances, pour étudier les graves implications que les modifications des dispositions actuelles sur la déduction pour amortissement auront pour l'investissement privé, et donc pour la programmation produite par le secteur indépendant.

- J'ai fait part de ces préoccupations et de notre volonté de collaborer, dans une lettre au ministre des Finances et à sa collègue la ministre des Communications.

Quant à Téléfilm Canada, nous sommes d'avis que la plupart des dispositions du protocole d'entente original entre le ministre et Téléfilm étaient valables. À ma connaissance, il n'a pas été renié par les ministres successifs. Nous croyons qu'il a fait ses preuves et nous le soutenons donc depuis le début.

Mais le plan quinquennal de réorientation de Téléfilm, s'il n'est pas considérablement modifié, risque de fausser les règles du jeu pour les producteurs et les diffuseurs. Certaines propositions nous inquiètent gravement et tous les présidents de réseaux ont demandé au président de Téléfilm d'être entendus, avant que tout changement ne soit mis en oeuvre. Le président nous assure qu'il ne sera pas mis en oeuvre. Une rencontre doit avoir lieu à ce sujet.

Étant donné que la politique de Téléfilm est régie par un protocole d'entente entre le ministre et Téléfilm, les présidents de chaînes ont aussi sollicité une rencontre avec Madame Flora MacDonald. Voici quelques-uns des principes qui nous semblent importants et quelques-unes de nos préoccupations :

- ° L'aide de Téléfilm devrait, quant à nous, favoriser d'abord les besoins de la programmation canadienne. Bien sûr, les projets doivent se financer et tant mieux si l'on peut obtenir de bonnes recettes internationales aussi souvent que possible. Mais l'ordre des priorités ne devrait pas être renversé.

- ° Tous les présidents de chaînes sont d'accord je crois pour que Téléfilm limite ses contributions financières au développement, à la production et à la distribution de programmes ou de films. Nous sommes tous d'avis que d'investir dans les compagnies serait une grave erreur.
- ° Il nous semble aussi préférable que dans la gestion de ses fonds Téléfilm maintienne des enveloppes distinctes pour le cinéma, la télévision, le développement et le marketing.
- ° Nous sommes tous d'accord, bien sûr, chez les producteurs, à Téléfilm, et chez les diffuseurs, pour souhaiter que ne se reproduise pas la situation de l'an dernier, alors qu'on a dû remettre des fonds qui auraient été bien utiles à bien du monde.

Ceci, bien sûr, soulève la question des droits de diffusion. Je suis d'accord et mes collègues sont d'accord que les droits que paie Radio-Canada devraient en principe être plus élevés. Donc, en principe, nous sommes d'accord sur la nécessité d'augmenter. Cependant, dans le contexte financier actuel, nous ne voyons pas comment nous pourrions le faire sans diminuer proportionnellement le nombre de projets, et donc sans affecter sensiblement la grille des programmes.

Pourquoi sommes-nous d'accord? Pour deux raisons. D'une part, parce que Radio-Canada a un mandat culturel et, d'autre part, le marché canadien, surtout le marché canadien francophone, est un marché exigu. Certains projets trouveront des marchés commerciaux très rentables, qu'ils soient canadiens ou étrangers et nous nous en réjouissons tous. Mais, il est impossible, irréaliste et intellectuellement malhonnête de prétendre bâtir tout notre système sur l'hypothèse de l'exportation rentable.

J'ajouterai qu'il n'y a, à mon avis, qu'une différence de degré entre le Canada anglais et le Canada français à ce sujet. C'est-à-dire que le problème se pose aussi du côté anglais, mais qu'il est encore beaucoup plus difficile du côté français.

C'est sans doute parce que le problème est plus difficile du côté français que certains producteurs francophones ont commencé à produire en langue anglaise. On me dit que même en France on est fasciné par le marché américain et que la caravane de la production s'est mise en marche vers ce mirage.

C'est une direction que nous ne saurions prendre. Il y a trop longtemps que nous travaillons à maintenir une originalité canadienne, une souveraineté canadienne. Nous avons investi trop d'efforts à tous les niveaux politiques, provinciaux ou fédéral, pour maintenir aussi l'originalité française de ce pays; entourés que nous sommes par une mer anglophone, notre situation nous rend peut-être plus vigilants - sinon plus puissants - que les Français.

Mais nous avons lutté durement pour exprimer une originalité française en Amérique. Nous l'avons fait et nous le faisons par l'éducation, par une politique de la langue, par les services sociaux, par l'économie, par les institutions politiques, voir même par notre politique internationale.

S'il ne s'agissait que d'industrie et de commerce il y aurait peut-être des secteurs plus rentables. Mais au bout du compte, il ne faudrait renier la raison même pour laquelle nous nous sommes donné, il y a maintenant 50 ans, un système de radiodiffusion.

CAI
PC
-577

CONFIDENTIAL



Notes for a speech
by Pierre Juneau,
President of the CBC,
at a dinner meeting of the
Centre for Research Action
on Race Relations



December 10, 1987

Montreal

My presence here tonight coincides with a period in which Montreal's multicultural effervescence is being given considerable attention by the city's media and, even, across the country.

The events behind all this – the death of the young Anthony Griffin or the repercussions here of the elections in Haiti – are not themselves cheerful matters. I mention them simply to point out that what happens at home and abroad and directly affects our various cultural communities here is now widely broadcast because the cultural communities affected are part of our environment, and we cannot ignore matters of concern to them.

In a few years in Montreal, one person in three and one student in two will have neither a French or English background. This fact, which is more and more a reality for Francophones, is beginning to take hold in the collective consciousness.

Now that Francophone Quebecers feel more sure of themselves and more confident in their future, they are opening up to other cultural groups, and this receptiveness is characterized by, among other things, the inclusion of Cultural Communities in Quebec's Department of Immigration in the early 1980s.

Anglophones, for their part, have traditionally been more open to immigrants and have set up structures for welcoming them. Quite naturally, immigrants mixed more with the Anglophone community and, as a result, Francophones came to regard immigration as an Anglophone phenomenon. This impression is much less prevalent nowadays, but Francophones and immigrants will have to work together to make it disappear altogether.

Immigration itself has taken on a new dimension with large groups of immigrants coming from the Caribbean, North Africa, the Middle East and Southeast Asia. Among these groups, knowledge of French is widespread. This means that French today is no longer the sole prerogative of French Canadians - people whose families have been here for two or three hundred years. French in Canada is now the language of whoever speaks it, without

regard for ethnic origin or founding people. The face of the French-speaking community, therefore, is becoming increasingly multicultural.

The Francophone community and institutions are becoming multicultural. Quite logically, this new reality is reflected increasingly in various facets of daily life. Including broadcasting. Some people, counting me, wish for better. However, in contrast with the state of affairs 10 or even 5 years ago, we have made enormous progress. And we are only just beginning.

Like everything else, however, progress takes time. As Denise Bombardier pointed out to the conference of the Fédération professionnelle des journalistes du Québec last weekend, it's a question of open-mindedness.

If French Canadians can legitimately be expected to make more room for the increasing multicultural fact in their community, particularly in Montreal, we must also expect that the various cultural groups should be aware of Canada's sociohistorical realities.

If in former days Francophones and immigrants felt they weren't getting anywhere in their relations - dare we talk about a vicious circle? - today it may be said that they seem to be marching forward together. This is the result of growing trust and closer contacts. Progress is gradually being made.

Broadcasting has a crucial contribution to make to the harmonization and standardization of relations. It is not alone; the education system, the churches and voluntary organizations also have a role to play.

In this regard, the CBC is no different from the community it serves. It is developing at the same rate. However, it is keeping step with the community. It is in fact perhaps a step or two ahead of it. This is evidenced by the presence of two people from ethnic communities on the new board of the Fédération professionnelle des journalistes du Québec, both of whom are CBC employees - Sylvia Sweeny and Léo Kalinda.

While we do not yet have a lot of people like Sylvia Sweeny and Léo Kalinda, we do have some at the CBC. They are there because the role of

the CBC is to reflect Canada's multicultural reality - both on air and behind the camera or microphone.

They are there because multiculturalism is more and more a part of our daily lives, and our programs deal with this reality not to clear our conscience or dabble in picturesque folklore, but because it is a fact of Canadian society.

Under the Employment Equity Act, the CBC must make a special effort to better reflect the cultural diversity of the Francophone community in its staff. I will come back to this point a little later.

As regards programming, on the other hand, clearly a serious effort is being made to make more room for cultural minorities as artists and commentators, in subject matter, in current events and in drama.

In Information Services, one manager has been assigned the responsibility for cultural groups specifically. These groups have been asked to designate spokespersons to help the service expand its list of contributors.

What are the results? Since September, a new TV program entitled TRAIT D'UNION, hosted by Denise Bombardier, turns the microphone over to the representatives of different ethnic groups, who talk on subjects of local, national and international interest.

In three months - from September to November - some 240 people from the ethnic community have participated in various information and public affairs programs on CBC radio and television. A few weeks ago, your Director General, Mr. Niemi, was a guest on LE POINT. I cite as well our coverage of the events in Haiti. Had there not been such a large Haitian community here, doubtless our reports from there would have been much less in-depth.

As for entertainment, we must hope that the multicultural face of Quebec society is reflected in TV serials, varieties and selection of films. This is a legitimate concern. Tangible results in this area, however, must be gradual. One example is Pierre Lambert, the hero of the popular series HE SHOOTS, HE SCORES, whose romance with Dr. Lucie Baptiste of Haitian origin captured the imagination of a huge audience.

And Lucie Baptiste is not an isolated case. In our youth programs, such as AU JEU, L'INTRIGUE, INIMINIMAGIMO and PASSE-PARTOUT, either some of the characters are from various cultural communities or some of the subjects dealt with reflect their reality. And that's how it should be - since it's particularly important to inculcate a positive and open attitude on our young people towards all our fellow citizens, no matter what the colour of their skin, their religion or cultural background. We can also see new Quebecers in L'HÉRITAGE and ROBERT ET COMPAGNIE.

Where drama is concerned, I would like to point out that the scriptwriters have been informed that their works from now on must reflect multicultural reality.

As for film, the CBC will be showing three feature-length films from Africa, all recent award-winners.

In variety programming, a special effort was made in connection with LES DÉMONS DU MIDI. The result? Since this daily program was launched in September, 19 episodes have featured performers from other cultural communities. Occasionally the entire program has dealt with one cultural group in particular, like the October 7 program devoted to China.

All this talent has been discovered through the cooperation that has been established between the CBC and resource persons designated by various groups.

In our English Services, efforts to reflect Canada's cultural diversity go back a long way, almost to the beginning of the CBC more than 50 years ago. Over that period, there have been programs that concentrate on the folk elements of multiculturalism - songs, dances, crafts, lifestyles, legends, festivals and so on. There have been access programs inviting various groups to speak for themselves. There have been 'dedicated' program series designed to deal only with multicultural material. And today, multiculturalism is becoming part of our mainstream programs.

This last approach, we feel, is the one we should emphasize, especially in information programming, if we want to ensure a larger audience for the subject and broader understanding of it.

In drama, there is more than one way of reflecting multiculturalism. There are programs where the story itself concerns a particular heritage, such as

JOSHUA THEN AND NOW; or CHUNG CHUCK, about a Chinese Canadian in Vancouver, or the Winnipeg drama about an Italian family, NOT A BAD YEAR, presented on THE WAY WE ARE. There are also drama programs where a mix of cultures may be evident as part of the setting or situation, but is not necessarily the focus of the story. We see this kind of approach in programs like STREET LEGAL, or the award-winning children's program DEGRASSI JUNIOR HIGH.

Whatever the technique, we look for a reflection of Canadian society in both our own drama productions and those which involve independent producers - who often certainly include, by the way, producers from cultural origins other than English or French.

On the French side, our sociocultural programs, like AU JOUR LE JOUR, also have a multicultural dimension, as do our religious programs, such as SECOND REGARD, RENCONTRES, LE JOUR DU SEIGNEUR and LE TEMPS DE VIVRE. On FM radio, several programs have been aired, or will be, for example, L'AFRIQUE INDÉPENDANTE... 25 ANS APRÈS, hosted by Léo Kalinda, or ISRAËL À 40 ANS, with Victor Teboul.

And how do we fare in employment?

First of all, let us say that our staffing policies are very specific in this regard and require equal opportunity for everyone, regardless of race, ethnic background or colour. So no one is ever excluded from a job for these reasons, and our personnel does in fact include members of various minorities. Of course, those who work in radio, in production or administration are not so apparent as those we see on the screen.

But how is the country's multicultural situation reflected in the CBC's staff? It's very difficult to say, since human rights legislation prohibits the gathering of information on a person's racial or ethnic background. However, the new Employment Equity Act, passed in August of 1986, asks that a record be kept of the four groups regarded as being economically disadvantaged: women, native peoples, visible minorities and the handicapped.

So, in accordance with the Employment Equity Act, the CBC conducted a survey among its personnel. Unfortunately, we did not get the results we

had hoped for because of the low response rate. We are trying to find a way, but it seems that many respondents chose not to identify themselves as such. People are not legally obliged to identify themselves - fortunately.

We are also taking a close look at our staffing practices to see whether there are any imperceptible obstacles preventing members of minorities from being hired by the CBC. For instance, we are looking at the way in which we advertise jobs, the positions that are advertised and how we hear about applicants. If the system has shortcomings, invisible to us simply because we have become used to them, we have to correct them.

It is no secret that, in French Services, recruiting people from the cultural communities poses some special problems.

First of all, there is the fact that in French Canada immigrants are largely concentrated in Montreal. So this does not make it easy to recruit outside Montreal. In Information Services, for example, access to Montreal is by way of the regions. However, in Information, a pool has been created to provide vacation substitutes - among other things - and it could

constitute a good training ground for qualified individuals from the cultural minorities.

Some difficulty also arises from the historical reality. Up to recently, the large majority of immigrants in Montreal chose to speak English, and this has not helped to create a talent bank for the CBC to draw on nowadays.

Furthermore, the collective agreements, with their provisions concerning seniority and permanent status, do not form an incentive to recruit representatives from the cultural communities.

Finally, and above all, there is the economic situation of today. For three years, the CBC has been subjected to budget cuts that have forced it to abolish 1,500 positions and lay off 400 people. For all practical purposes, there is no recruitment from outside.

Despite all these problems, we feel that the CBC should definitely keep up its attempts to assume its responsibilities in the area of multiculturalism. In particular, the management staff of the French

networks is now clearly aware of the multicultural reality of the French-speaking community. As I indicated, this attitude is already perceptible in programming. Another very important factor is that the multicultural reality must be reflected in regular programming as a natural aspect of daily life and not as some particularity featured only in special time slots, "ghetto programs".

We must recall that the CBC is a service designed for all Canadians, and that it must provide something for everyone within a limited number of programming hours.

The various ethnic and cultural groups must be full-fledged members of Canadian society, including broadcasting. And all Canadians must be able to see and appreciate the cultural wealth of their country.

As a cultural source, broadcasting has a very special responsibility in this regard. We at the CBC are prepared to accept this responsibility. It is one of the most significant and interesting challenges facing us now.

Thank you.



Notes pour une allocution
du président de la SRC,
Pierre Juneau,
au dîner-causerie du
Centre de recherche-action
sur les relations raciales

Le 10 décembre 1987

Montréal

Ma présence parmi vous ce soir coïncide avec une période où l'effervescence multiculturelle de Montréal occupe une large place dans les médias de la métropole, et même de tout le pays.

Les événements qui en sont la cause -- qu'il s'agisse de la mort du jeune Anthony Griffin ou des élections en Haïti, avec leurs répercussions ici -- n'ont rien de réjouissant en eux-mêmes. Si je les mentionne, c'est pour souligner que ce qui se passe ici et à l'étranger, et qui touche directement nos diverses communautés culturelles, est maintenant largement diffusé parce que les communautés culturelles concernées font partie de notre milieu et qu'on ne peut ignorer ce qui les préoccupe.

Dans quelques années à Montréal, un citoyen sur trois et un écolier sur deux seront d'origine autre que française ou anglaise. Cette réalité, à laquelle les Francophones sont désormais plus ouverts, commence à s'ancrer dans la conscience collective.

Maintenant que les Québécois francophones se sentent plus sûrs d'eux-mêmes et plus confiants en leur avenir, on assiste, au Québec, à une ouverture vis-à-vis les communautés culturelles, ouverture caractérisée, entre autres, par l'addition des Communautés culturelles au ministère québécois de l'Immigration au début des années 80.

Les milieux anglophones, pour leur part, ont été beaucoup plus actifs envers les immigrants et ont créé à leur intention des structures d'accueil. Tout naturellement, les immigrants se sont intégrés davantage à la communauté anglophone. Face à cette situation, les francophones en sont venus à considérer l'immigration comme un phénomène anglophone. Cette perception est aujourd'hui beaucoup moins répandue mais il faut que francophones et immigrants travaillent ensemble pour la faire disparaître complètement.

D'ailleurs, au cours de la dernière décennie, l'immigration a pris une nouvelle dimension avec ses forts contingents en provenance des Antilles, d'Afrique du Nord, du Moyen-Orient et du Sud-Est asiatique, contingents pour qui le français est une langue courante. Si bien que le français est aujourd'hui une langue qui n'est plus le seul apanage des Canadiens français, c'est-à-dire de ceux et celles dont les origines dans ce pays remontent à deux ou trois siècles; le français au Canada est désormais la langue de tous ceux et celles qui le parlent, sans considération d'origine ethnique ou de "peuple fondateur". Ainsi, la collectivité parlant français prend de plus en plus un visage multiethnique.

Le milieu francophone, et les institutions francophones, se "multiculturalisent". Et, logiquement, cette nouvelle réalité est davantage reflétée dans diverses facettes de l'activité quotidienne. Parmi lesquelles la radiodiffusion. Certains, dont je suis, souhaitent qu'on fasse encore mieux. Mais en regard de ce qui se faisait il y a 10 ans, ou même 5 ans, c'est un progrès énorme. Et nous n'en sommes encore qu'au début.

Mais, comme en toute chose, l'évolution doit se faire à un certain rythme. C'est une question d'ouverture d'esprit, faisait remarquer Denise Bombardier au congrès de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec la fin de semaine dernière. Si l'on doit légitimement s'attendre à ce que les Franco-qubécois fasse une plus grande place à la réalité multiculturelle grandissante de leur milieu, surtout à Montréal, en revanche on doit s'attendre à ce que les diverses communautés culturelles soient sensibles aux réalités socio-historiques de ce pays.

Si, dans le passé, francophones et immigrants avaient l'impression de tourner en rond dans leurs rapports -- pourrait-on parler de cercle vicieux ? -- on peut dire qu'aujourd'hui ils semblent vouloir marcher à l'unisson. C'est une démarche fondée sur la confiance et sur un accroissement marqué de leurs rapports. Le cercle devient progressivement harmonieux.

Dans ce processus d'harmonisation et de normalisation, la radiodiffusion a un rôle primordial à jouer. D'autres instances ont également une responsabilité à cet égard, tels le système d'éducation, les églises et les corps intermédiaires.

Radio-Canada, pour sa part, n'est pas différente de la collectivité qu'elle dessert. Elle évolue au même rythme. Mais elle n'est pas en retard sur cette collectivité. Elle est peut-être même quelque peu en avance comme en fait foi, entre autres, la présence de deux membres issus des communautés culturelles au nouveau conseil de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, tous deux à l'emploi de Radio-Canada, Sylvia Sweeny et Léo Kalinda.

Même s'ils sont encore trop peu nombreux, les Sylvia Sweeny et les Léo Kalinda sont néanmoins présents à Radio-Canada. Ils le sont parce que c'est le rôle de Radio-Canada de refléter la réalité multiculturelle de la société canadienne. Aussi bien en ondes que derrière la caméra ou le micro.

Ils le sont parce que le multiculturalisme fait de plus en plus partie de nos activités quotidiennes et que nos émissions en traitent, non pas pour se donner bonne conscience ou jouer dans le folklore pittoresque, mais parce que c'est là une donnée de notre réalité sociale.

En vertu de la Loi sur l'équité en matière d'emploi, la Société doit faire un effort particulier pour mieux refléter, dans ses effectifs, la diversité culturelle de la communauté francophone. J'y reviendrai plus tard.

Au chapitre de la programmation, en revanche, on dénote un sérieux effort pour faire une plus large place aux minorités culturelles, que ce soit au niveau des artistes, des commentateurs ou des sujets traités, dans les actualités comme dans les dramatiques.

Au Service de l'information, un cadre a été désigné pour s'occuper spécifiquement des communautés culturelles. Ces mêmes communautés ont été invitées à désigner des porte-parole pour aider le Service à enrichir sa liste d'intervenants.

Résultats de ces diverses initiatives ? Depuis septembre, une nouvelle émission de télévision, TRAIT D'UNION, animée par Denise Bombardier, donne la parole à des représentants des communautés culturelles qui s'expriment sur des sujets d'intérêt local, national ou international.

En trois mois, de septembre à novembre, quelque 240 intervenants issus des communautés culturelles ont participé à diverses émissions d'information et d'affaires publiques à la radio ou à la télévision de Radio-Canada. Il y a quelques semaines, votre directeur général, M. Niemi, était l'invité du POINT. Et que dire de notre couverture des événements en Haïti. S'il n'y avait pas eu ici une importante communauté haïtienne, sans doute nos reportages auraient-ils été beaucoup moins élaborés.

Quant au divertissement, il faut souhaiter que le visage multiculturel de la société québécoise soit reflété dans les téléromans, les variétés et le choix des films. Une préoccupation légitime, certes, mais dont les résultats tangibles ne pourront être que progressifs.

On connaît le cas de Pierre Lambert, le héros de la populaire série LANCE ET COMPTE, dont les aventures amoureuses avec le docteur Lucie Baptiste, d'origine haïtienne, ont tenu en haleine un vaste auditoire.

Et Lucie Baptiste n'est pas un cas isolé. Dans nos émissions jeunesse comme AU JEU, L'INTRIGUE, INIMINIMAGIMO et PASSE-PARTOUT, on trouve, soit des personnages issus des diverses communautés culturelles, soit des sujets

qui reflètent la réalité de ce milieu. Et c'est très bien ainsi. Car c'est parmi la jeunesse qu'il est particulièrement important de susciter une attitude ouverte et positive face à tous nos concitoyens ou compatriotes, quelles que soient la couleur de leur peau, leur religion ou leur origine culturelle. On trouve également des personnages néo-québécois dans L'HÉRITAGE et ROBERT ET COMPAGNIE.

À l'égard des dramatiques, j'aimerais souligner que les auteurs de textes ont été prévenus que, désormais, la réalité multiculturelle devra être reflétée dans leurs oeuvres.

Du côté cinéma, Radio-Canada projettera trois longs métrages africains, tous lauréats des récentes journées du cinéma africain.

Au chapitre des variétés, un effort particulier a été entrepris dans le cadre de l'émission LES DÉMONS DU MIDI. Résultat : depuis le lancement de cette émission quotidienne en septembre, 19 émissions ont présenté des artistes en provenance des autres communautés culturelles. Parfois, toute l'émission portait sur un groupe culturel particulier, comme celle du 7 octobre consacrée à la Chine.

La découverte de ces talents a été possible grâce à la collaboration qui s'est instaurée entre Radio-Canada et les personnes-ressources désignées par divers groupes.

Du côté anglais, nos efforts pour refléter la diversité culturelle du Canada remontent à plusieurs années, presque au début de Radio-Canada il y a plus de 50 ans. Durant cette période, certaines émissions se sont intéressées plus particulièrement aux éléments folkloriques du multiculturalisme, les chansons, les danses, l'artisanat, les styles de vie, les légendes, les festivals et ainsi de suite.

D'autres invitaient divers groupes à parler d'eux-mêmes. D'autres encore étaient des séries consacrées exclusivement à des sujets multiculturels. Aujourd'hui, le multiculturalisme devient partie intégrante de nos émissions générales.

Cette dernière approche, croyons-nous, est celle qu'il faut développer, surtout dans les émissions d'information, si nous voulons que ce sujet soit mieux compris et atteigne un plus vaste auditoire.

Les dramatiques permettent de donner une image diversifiée du multiculturalisme. Il est des émissions où l'histoire elle-même concerne une tradition particulière comme JOSHUA THEN AND NOW ou CHUNG CHUCK, à propos d'un sino-canadien de Vancouver; ou la dramatique de Winnipeg sur une famille italienne, NOT A BAD YEAR, présentée dans la série THE WAY WE ARE. Il y a également des dramatiques où l'action ou la situation met en évidence le mélange des cultures mais où le multiculturalisme n'est pas nécessairement le sujet principal. C'est le cas de la série STREET LEGAL, ou de l'émission à succès pour enfants DEGRASSI JUNIOR HIGH.

Quelle que soit la technique, nous cherchons à présenter la société canadienne à la fois dans nos propres dramatiques et dans celles des producteurs indépendants, qui peuvent d'ailleurs être d'origine autre que française ou anglaise.

À nos réseaux français, la dimension multiculturelle est également présente dans nos émissions socio-culturelles comme AU JOUR LE JOUR, et nos émissions religieuses, telles SECOND REGARD, RENCONTRES, LE JOUR DU SEIGNEUR et LE TEMPS DE VIVRE. À la radio FM, plusieurs émissions ont été

diffusées, ou le seront, telles L'AFRIQUE INDÉPENDANTE... 25 ANS APRÈS, animée par Léo Kalinda, ou ISRAËL A 40 ANS, avec Victor Teboul.

Dans le domaine de l'emploi, que faisons-nous ?

Disons d'abord que nos politiques de dotation sont très précises à ce sujet et exigent l'égalité des chances quelles que soient la race, l'origine ethnique ou la couleur. Par conséquent, aucun candidat n'est exclu pour ces raisons et notre personnel comprend effectivement des membres des diverses minorités. Bien entendu, ceux qui travaillent à la radio, à la production ou dans les emplois administratifs ne sont pas aussi apparents que ceux que l'on voit à l'écran.

Mais comment la situation multiculturelle du pays se reflète-t-elle dans l'effectif de Radio-Canada ? C'est très difficile à déterminer car les lois sur les droits de la personne interdisent de recueillir des informations sur l'origine raciale ou ethnique des employés. Mais la nouvelle Loi sur l'équité en matière d'emploi, promulguée en août 1986,

demande que l'on tienne un registre des quatre groupes qui sont considérés comme désavantagés économiquement : les femmes, les autochtones, les minorités visibles et les handicapés.

Donc, conformément à la Loi sur l'équité en matière d'emploi, Radio-Canada a réalisé un sondage auprès de son personnel. Cette enquête n'a malheureusement pas donné les résultats escomptés en raison du faible taux de réponse. Nous essayons de trouver des moyens mais il semble que plusieurs répondants ont choisi de ne pas s'identifier comme tel. La loi n'oblige pas les gens à s'identifier - heureusement.

Nous examinons aussi de près nos pratiques de dotation pour voir s'il n'y a pas des obstacles imperceptibles qui empêcheraient à notre insu les membres des minorités d'être engagés par Radio-Canada. Nous examinons par exemple la façon dont nous annonçons les emplois, les postes qui sont publiés et comment nous entendons parler des candidats. Si le système a des défauts qui n'ont pas été remarqués parce que nous y sommes trop habitués, nous devons les corriger.

Il ne faut pas se cacher qu'aux réseaux français, le recrutement de personnes provenant des communautés culturelles pose des problèmes particuliers.

Il y a d'abord le fait qu'au Canada français, les immigrants sont massivement concentrés à Montréal. Ceci ne favorise pas le recrutement à l'extérieur de Montréal. Or au Service de l'information, par exemple, l'accès à Montréal passe par les régions. Pourtant, à l'information, on a mis sur pied un bassin de relève -- utile, entre autres, pour les remplacements de vacances -- qui pourrait constituer une bonne école d'apprentissage pour des personnes qualifiées des minorités culturelles.

Il y a la réalité historique qui crée une certaine difficulté. Jusqu'à récemment, les immigrants à Montréal optaient très majoritairement pour l'anglais, ce qui n'a pas aidé à constituer un réservoir de talents dans lequel Radio-Canada pourrait aujourd'hui puiser.

Pour leur part, les conventions collectives avec, entre autres, leurs clauses d'ancienneté et de permanence, ne constituent pas un incitatif au recrutement de représentants des communautés culturelles.

Enfin, et surtout, il y a la conjoncture économique. Depuis trois ans, Radio-Canada est soumise à un régime de compressions budgétaires qui l'a forcée à abolir 1 500 postes et à mettre à pied 400 personnes. À toute fin pratique, le recrutement extérieur est inexistant.

Malgré tous ces problèmes, nous croyons que Radio-Canada doit poursuivre vigoureusement ses efforts pour assumer ses responsabilités dans le domaine du multiculturalisme. En particulier, le personnel-cadre des réseaux français est maintenant clairement conscient de la réalité multiculturelle de la collectivité francophone; comme je l'ai indiqué, cette attitude est déjà perceptible dans la programmation; et, facteur très important, la réalité multiculturelle doit être reflétée dans le cadre de la programmation régulière, comme élément naturel de la vie quotidienne et non comme une particularité que l'on cantonne dans des créneaux spéciaux, des "programmes-ghetto".

Nous devons nous rappeler que Radio-Canada est un service destiné à tous les Canadiens et Canadiennes, et doit répondre à des intérêts variés pendant un nombre limité d'heures de programmation.

Les divers groupes ethniques et culturels doivent être des membres à part entière de la société canadienne, y compris de la radiodiffusion. Et tous les Canadiens doivent pouvoir voir et apprécier les richesses culturelles de leur pays.

En tant que force culturelle, la radiotélévision a une responsabilité toute particulière à cet égard. Quant à nous de Radio-Canada, c'est une responsabilité que nous acceptons. C'est là l'un des défis importants et intéressants que nous devons relever.

Je vous remercie.

THE CBC: A GOOD DEAL

The CBC is in the news again. There's nothing new about that. Sometimes they're talking about the possible disappearance of Jean-Paul Belleau (a character in a popular TV serial), sometimes the gradual disappearance of our resources and, more recently, about the possible disappearance of a news channel.

Though we may at times wish for less publicity, we can also take some pleasure in it. It's proof that the CBC occupies a major place in the life of Canadians.

The CBC can be seen from an infinite number of viewpoints. So which one should I discuss with you? Since I'm talking to a Chamber of Commerce, I thought you might like us to look at this question: is the CBC a good deal?

Let's begin by saying that, some 50 years ago, Canadians provided themselves with this institution because they felt they needed it. Just as they needed schools, hospitals and roads. Of course, radio and television can be done commercially, but this does not give us the same radio or the same television. There are also commercially-operated schools. They too have their place, but do not provide the same type of service as schools maintained by school boards and universities.

There was another reason for creating the CBC: American schools and universities do not affect us in Canada, but American radio and television do. Canadians therefore decided, in the 1930s for radio and in the 1950s for television, that they would not limit their attendance to the school of American radio and television. They would have their own broadcasting system, which would be strong, powerful, well funded and capable of standing up to American broadcasting.

So now we have this institution that belongs to us. It requires major funding, no doubt, but we have to say that it offers a multitude of services. It involves not just a single service, but a whole series of services which, quite obviously, would not be possible in a strictly commercial context.

This is only one example among many, but how could a French radio or television station in Toronto be commercially funded? Or an international radio service that talks about Saguenay-Lac St. Jean to the USSR and Japan?

Here is a brief list of these CBC services:

2 television networks across the country - one in English and one in

French;

4 radio networks, AM and FM, English and French;

13 French television stations from Vancouver to Moncton;

18 English television stations;

21 French radio stations, including CBJ and CBJ-FM;

47 English radio stations;

1,200 rebroadcasters;

a northern radio and television service offering programs in seven native

languages in addition to English and French;

an English and French network offering Parliamentary debates in English and

French;

Radio Canada International, which broadcasts in English and French, as well

as 10 other languages.

The CBC has an additional 46 English and French affiliates, including

CKRS-TV, which became associated with the CBC in 1955 - our

longest-standing French affiliate.

And now, if you'll allow me a bit of impatience. Is this organization

effective? Without a doubt, as effective as most of the organizations you

know. And I'm going to give you proof.

Transportation companies involved in aviation, trucking, buses or railways

are judged by their punctuality and their ability to deliver the goods.

The CBC delivers 139,000 hours of programming annually on its various networks from East to West, North to South, over six time zones, using an extremely complex system of transmitters, microwave links and satellites. Sometimes the programs come from Chicoutimi, sometimes from Montreal, sometimes from Vancouver. They may be local or they may link up at times in a single network.

How often have you seen a CBC program that wasn't on time? Or Louis Laberge's picture mixed up with Mrs. Thatcher's?

If perhaps in the past the CBC was criticized for too much fat, that is certainly no longer the case today. According to the Caplan-Sauvageau Task Force, any further cuts to the CBC would mean cutting into the quick. Since 1985, the CBC has abolished over 1,500 positions and laid off some 450 people, out of a total of some 12,000 employees. The federal government's objective was to cut back 15,000 person-years over four years from its staff of 225,000 people, and it laid off 400 - fewer than the CBC.

In the industrial world in recent years, downsizing has become a new management specialization. It is not of course an activity we enjoy, because it means painful consequences for hundreds of families. But the CBC did not have a choice, in view of the government's policies. In the face of this necessity, was the CBC effective or not? First, I would remind you that because of circumstances we had to lay off more employees than the government. Second, at the same time we renegotiated 29 collective agreements without a single strike. Third, in keeping with government policy, we transferred a major part of our production to the private sector -- also without major incident.

These are concrete examples. The CBC's critics or the lazy-minded can go on saying what they like. I'm giving you the facts.

It is nevertheless an experience that teaches us a lot about the reality of Canadian political life. The cuts are never in the right place. Everyone would like someone else to pay the price of cutbacks.

In Sydney, we were told to cut in Chicoutimi. In Windsor, we were told to cut in Winnipeg. When it came to combining two radio stations in Newfoundland, 60 miles apart, the CBC was met with a great hue and cry, led by the ministers themselves. Clearly the cuts hurt. For instance, in Chicoutimi the operating budget for CBJ/CBJ-FM has been reduced by \$300,000 since 1985-1986 - a reduction of approximately 12 per cent. Six positions were abolished. Only one employee was laid off, however. This money would have been working its way back into the local economy.

Despite these constraints, the CBC continues to have a strong presence in the Saguenay-Lac St. Jean region and to contribute to its economy. Some 40 or so permanent, contract and casual employees produce 34 hours of local programming weekly and supply the networks, particularly the FM network, with about 50 programs a year representing from 25 to 30 broadcast hours.

The situation is the same in all CBC stations throughout the country. It is therefore time that someone took an objective and honest look at the CBC and that the business community in particular judged the CBC by the criterion it knows so well, namely efficiency.

The CBC's efficiency in reducing expenditures and staff was recognized by the federal government's Nielsen Task Force. In its report, the Task Force noted that the CBC had made its budget cuts not by reducing programming and services, but "by cutting or consolidating management and by efficiencies in the programming area."

Cutting, consolidation and rationalization are surely the corolaries of efficiency and familiar terms to business people.

You will also have noticed that, since our budgets were cut and our staff reduced, we have maintained the level of our services to the public. No station has been closed.

The efficiency of CBC management and of our employees is evident in many other areas as well.

Let us reconsider, for example, the collective agreements. I mentioned earlier that, during the course of the difficult period we have just come

through, we managed to sign 29 collective agreements with 23 bargaining agents. There were no strikes during the negotiations, although a number of study days were taken. This performance compares favorably with that of the government or of any commercial enterprise. The credit goes to our managers and also to our employees and their unions.

Furthermore, while negotiations were going on, we were having to satisfy not only the demands of our staff but also those of the government and the CRTC who were asking us to substantially increase our cooperation with independent producers through Telefilm.

This last issue is a sensitive one and raises concerns among our employees - and rightly so. Our cooperation with the private sector, however, certainly does not mean the end of in-house productions as evidenced by such successful programs as DES DAMES DE COEUR.

To give you an idea of our commitment to opening CBC programming to outside productions, I might say that, since 1983, the year Telefilm was created,

the CBC has invested \$75 million in projects with Telefilm in both English and French, for productions worth a total of \$370 million. The CBC did not get the \$75 million from the government either. It had to cut its general expenses, reassign funds and increase its advertising revenues. A further demonstration of efficiency.

A word about advertising revenues. CBC television is clearly one of the country's major commercial advertising enterprises.

The government requires, through Treasury Board, that the CBC increase its commercial revenues so that the government's contributions may be reduced.

We had no choice. We had to try and increase our advertising revenues.

Have we managed to do so? Have we been effective? Could we be a successful business venture? Let's have a closer look.

Between 1984 and 1987, the CBC's gross advertising revenues rose from \$179 million to \$239 million - an increase of 33 per cent. For the current year, we expect our gross advertising revenues to reach some \$287 million,

20 per cent higher than last year's. Recently, however, CFTM, TVA's network centre in Montreal, long Canada's most profitable station, announced a reduction in its income and profits. It's the same thing for CTV.

The best indicator, however, of the CBC's efficiency is the production and punctual delivery of all those programs that absorb, entertain, move and sometimes annoy Canadian audiences. Programs which, as I have said, account for 139,000 broadcast hours annually for English and French audiences over six networks covering a vast territory; programs broadcast to 99 per cent of the Canadian public by a complex distribution system comprising land links, retransmitters and satellites across six time zones. This is nothing short of a technical feat, and it takes place every day.

Any discussion of efficiency must include the Auditor General.

No doubt you heard, approximately a year and a half ago, of the reservations he expressed about our accounting methods. We had begun a

major reorganization of our accounting system using computers, and this enormous and complex undertaking caused us certain technical difficulties. However, within a few months and with the help of some of the best accountants in the country, headed by Marcel Caron, we had matters in hand. In his report to the House of Commons on the 1986-1987 fiscal year, the Auditor General described the CBC's recovery program as successful and added that the actions taken by the Corporation had enabled it "to stabilize successfully the present components of the National Finance System, to restate its March 31, 1986 financial statements and to reestablish proper books of account."

Echoing the words of the Auditor General, the newspaper headlines read:

"CBC finances in order"

and

"CBC gets Auditor General's blessing"

I think I can speak of the CBC with some objectivity. In fact, I have been involved with it for only the past five years approximately. Previously, I was a CBC listener and viewer. Furthermore, in the course of nine years

with the Board of Broadcast Governors and the CRTC, I had to evaluate the CBC and all of the private broadcasting sector.

I can therefore testify with some impartiality for the CBC. This is what I have done today. I say to you in turn: if you have any criticisms, please don't hesitate to express them. I would suggest, however, that you make your criticism as you would to a friend or a relative that you love. Like a friend, the CBC needs your friendship and your support. Even the biggest institutions are fragile. The CBC also therefore needs you to watch over it. Think, for example, of all the places in Canada from Vancouver to Halifax where the CBC supports, through its presence, minority Francophone populations or populations that are isolated or removed from major centres, such as those in this region. Think as well of the major centres where CBC programming serves as a counter balance to commercial and often foreign programming. Ask yourselves as well whether eight cents a day per person is too much to pay for this service. On the other hand, when you think of the improvements you would like to see at the CBC, ask yourself whether it's worth a few cents more.

In return, I can guarantee you that my colleagues will continue their efforts to provide you with a broadcasting service that, although doubtless requiring some improvement at the moment, has proven its value in the past and continues to do so day in and day out, 16 hours a day on television, 19 hours a day on AM radio and 24 hours a day on FM radio.



Radio-Canada : une bonne affaire

Notes pour une allocution
du président de Radio-Canada
Pierre Juneau

le 2 février 1988

Chambre de commerce
Chicoutimi

RADIO-CANADA : UNE BONNE AFFAIRE

Radio-Canada fait encore la manchette. Il n'y a là rien de nouveau.

Parfois, il s'agit de la disparition possible de Jean-Paul Belleau, parfois de la disparition graduelle de nos ressources et, plus récemment, de la disparition possible d'une chaîne de nouvelles.

On peut parfois déplorer cet excès de publicité, mais on peut aussi s'en réjouir. C'est la preuve que Radio-Canada occupe une grande place dans la vie des Canadiens.

Il y a donc une infinité de facettes à Radio-Canada. De quoi donc vous parler ? Comme vous êtes une chambre de commerce, j'ai pensé me poser avec vous la question : Radio-Canada, est-ce une bonne affaire ?

Disons d'abord que les Canadiens, depuis environ 50 ans, se sont donnés cette institution parce qu'ils sentaient qu'ils en avaient besoin.

Exactement comme ils avaient besoin d'écoles, d'hôpitaux ou de routes.

Bien sûr, on peut faire de la radio et de la télévision de façon commerciale, mais pas la même radio et pas la même télévision. Il y a aussi des écoles qui fonctionnent de façon commerciale. Elles aussi offrent un service valable mais pas le même type de service que les écoles maintenues par les commissions scolaires ou les universités.

Il y avait aussi une raison additionnelle à la création de Radio-Canada: les écoles et les universités américaines ne voyagent pas jusque chez-nous, mais les ondes de radio et de télévision américaines, oui. Les Canadiens ont donc décidé dans les années 30 pour la radio, et dans les années 50 pour la télévision, qu'ils n'iraient pas uniquement à l'école de la radio et de la télévision américaines. Il y aurait une radiodiffusion forte, puissante, bien financée et capable de tenir tête à la radiodiffusion américaine.

Nous nous retrouvons donc maintenant avec cette institution qui nous appartient. Elle consomme des budgets importants sans doute mais il faut dire qu'elle offre une multitude de services. Ce n'est donc pas un seul service, mais toute une série de services qui, de toute évidence, ne seraient pas possibles dans un contexte strictement commercial.

Ce n'est qu'un exemple, parmi mille, mais comment financer commercialement une station de radio ou de télévision française à Toronto ou anglaise à Yellowknife ? Ou un service de radio international qui parle du Saguenay-Lac St-Jean à l'URSS ou au Japon ?

Voici donc une courte énumération de ces services :

2 réseaux de télévision d'un bout à l'autre du pays, l'un en français, l'autre en anglais;

4 réseaux de radio, AM et FM, en français et en anglais;

13 stations de télévision françaises, de Vancouver à Moncton;

18 stations de télévision anglaises;

21 stations de radio françaises, dont CBJ et CJF-FM;

47 stations de radio anglaises;

1 200 réémetteurs;

un service de radio et de télévision pour le Nord qui offre des

émissions en 7 langues autochtones en plus du français et de

l'anglais;

une chaîne française et anglaise qui offre les débats parlementaires

en français et en anglais;

Radio Canada International qui diffuse en français et en anglais et en

10 autres langues.

Radio-Canada compte également 46 stations de télévision et de radio

affiliées, françaises ou anglaises, y compris CKRS dont l'affiliation

à Radio-Canada remonte à 1955, ce qui en fait notre associée la plus

ancienne.

Et maintenant, permettez-moi un peu d'impatience. Cette organisation est-elle efficace ? Sans aucun doute, autant que la plupart des organisations que vous connaissez. Et je vais vous en donner quelques preuves.

Ainsi, on juge les compagnies de transport, d'aviation, de camionnage, d'autobus ou de chemins de fer à leur ponctualité et à leur habilité à livrer la marchandise.

Radio-Canada livre 139 000 heures de programmes par année par ses diverse réseaux de l'Est à l'Ouest, du Nord au Sud, à travers six fuseaux horaires par un système extrêmement complexe d'émetteurs, de liaisons micro-ondes et de satellites. Parfois, les émissions viennent de Chicoutimi, parfois de Montréal, parfois de Vancouver. Elles sont locales ou se fusionnent à certaines heures en un seul réseau.

Combien de fois vous arrive-t-il de constater qu'une émission de Radio-Canada n'est pas à l'heure ? Ou qu'on a confondu la photo de Louis Laberge avec celle de Madame Thatcher ?

Si, dans le passé, on a pu reprocher à Radio-Canada un certain excès de gras, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Ainsi, affirmait le groupe de travail Caplan-Sauvageau, si on devait encore couper à Radio-Canada, ce serait dans le vif. Depuis 1985, la Société a aboli plus de 1 500 postes et mis à pied environ 450 personnes, sur un effectif global d'environ 12 000 employés. Le gouvernement fédéral, pour sa part, s'est fixé comme objectif de retrancher 15 000 années-personne en quatre ans à son effectif de 225 000 personnes, et a procédé à 400 mises à pied, soit moins que Radio-Canada.

Dans les milieux industriels, le "downsizing" est devenu, au cours des dernières années, une nouvelle spécialité de gestion. Ça n'est pas, bien sûr, une activité à laquelle on prend plaisir car il en résulte des conséquences douloureuses pour des centaines de familles. Mais

Radio-Canada n'avait pas le choix étant donné les politiques gouvernementales. Devant cette nécessité, Radio-Canada a-t-elle été efficace ou non ? Premièrement, je vous rappelle que les circonstances nous ont forcés à remercier plus d'employés que l'ensemble du gouvernement. Deuxièmement, nous avons en même temps renégocier 29 conventions collectives sans grèves. Troisièmement, nous avons, en accord avec une politique gouvernementale, transféré, au même moment, une partie importante de notre production au secteur privé -- également sans incidents majeurs.

Ce sont-là des exemples concrets. Les ennemis de Radio-Canada ou les esprits paresseux peuvent toujours continuer de répéter des bobards. Je vous donne des faits.

C'est une expérience, cependant, où on en apprend sur la réalité de la vie politique canadienne. Les coupures ne sont jamais aux bonnes places. Chacun voudrait que quelqu'un d'autre paie le prix d'une réduction de dépenses.

À Sydney, on nous disait de couper à Chicoutimi. À Windsor, de couper à Winnipeg. Lorsqu'il fut question de combiner deux stations de radio à 60 milles de distance à Terre-Neuve, Radio-Canada fut confrontée à une véritable levée de bouclier, ministres en tête.

Il n'y a pas de doute que les coupures ont fait mal. À Chicoutimi, par exemple, le budget d'opération de CBJ/CBJ-FM a été amputé de 300 000 \$ depuis 1985-1986, soit une diminution d'environ 12 %. Six postes ont été abolis. Une seule mise à pied cependant. Voici de l'argent qui autrement aurait été réinjecté dans l'économie locale.

En dépit de ces contraintes, Radio-Canada est toujours fortement présente dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean et contribue à son économie. Une quarantaine d'employés permanents, contractuels et temporaires produisent 34 heures de programmation locale chaque semaine et fournissent aux réseaux, surtout le FM, quelque 50 émissions par année représentant entre 25 et 30 heures de diffusion.

Et c'est la même situation dans toutes les stations de Radio-Canada à travers le pays. Il serait donc temps que Radio-Canada ait droit à un jugement honnête et objectif et que le milieu des affaires en particulier l'évalue en fonction d'un critère qu'il connaît bien, celui de l'efficacité.

Cette efficacité de Radio-Canada dans l'effort de réduction des dépenses et des effectifs a d'ailleurs été reconnu par le groupe d'étude Nielsen du gouvernement fédéral. Dans son rapport, en août 1985, le groupe d'étude notait que Radio-Canada avait effectué les coupures budgétaires non pas en réduisant la programmation et les services, mais "en réduisant les frais administratifs généraux, en groupant les services de gestion et en rationalisant le domaine de la programmation, notamment les opérations de production."

Réduction, groupement, rationalisation, voilà sûrement des expressions avec lesquelles les gens d'affaires sont familiers et qui sont des corollaires de l'efficacité.

Vous aussi aurez remarqué en plus que depuis que nos budgets ont été coupés et notre personnel réduit, nous avons maintenu le niveau de nos services au public. Aucune station n'a été fermée.

L'efficacité de notre gestion et celle de nos employés s'est également fait sentir dans de nombreux autres domaines.

Revenons, par exemple, au cas des conventions collectives. Je vous disais qu'au cours de la période difficile que nous venons de traverser, nous avons réussi à signer 29 conventions collectives avec 23 agents négociateurs. Aucune grève n'a marqué les négociations; tout au plus doit-on signaler quelques journées d'étude. Cette performance se compare favorablement à celle du gouvernement ou à celle de n'importe quelle entreprise commerciale. Le mérite en revient à nos gestionnaires et aussi à nos employés et à leurs syndicats.

De plus, ces négociations se déroulaient alors que nous devions répondre aux demandes de notre personnel d'une part, mais aussi à celles du gouvernement et du CRTC d'autre part qui nous enjoignaient d'accroître substantiellement notre collaboration avec les producteurs indépendants par l'entremise de Téléfilm.

Cette dernière question est délicate et suscite, à juste titre, des inquiétudes chez plusieurs de nos employés. Mais cette collaboration avec le secteur privé ne signifie pas, bien sûr, la disparition des productions maison comme en témoigne une émission à succès comme DES DAMES DE COEUR.

Pour vous donner une idée de notre engagement à ouvrir notre programmation aux productions extérieures, disons que depuis 1983, année de création de Téléfilm, Radio-Canada a investi 75 millions de dollars dans des projets avec Téléfilm, tant en français qu'en anglais, pour des productions d'une valeur globale de plus de 370 millions de dollars. Et ces 75 millions, Radio-Canada ne les a pas

obtenus du gouvernement. Il lui a fallu couper dans ses dépenses générales, réaffecter des argents et accroître ses recettes publicitaires. Autre démonstration d'efficacité.

Parlons de recettes publicitaires. La télévision de Radio-Canada est sans doute l'une des plus importantes entreprises commerciales de publicité au pays.

Le gouvernement stipule, par l'entremise du Conseil du trésor, que Radio-Canada doit compter sur une augmentation de ses recettes commerciales afin de permettre une diminution de la contribution de l'État. Nous n'avons pas le choix. Nous avons dû tenter d'augmenter nos recettes publicitaires. Avons-nous réussi ? Avons-nous été efficaces ? Pouvons-nous réussir en affaires ? Voyons un peu.

De 1984 à 1987, les recettes publicitaires brutes de Radio-Canada sont passées de 179 millions à 239 millions de dollars. Une augmentation de 33 %. Pour l'année en cours, nous prévoyons que nos recettes

publicitaires brutes atteindront quelque 287 millions de dollars, soit 20 % de plus que pour l'exercice précédent. Récemment, pourtant, CFTM, la tête du réseau TVA à Montréal, longtemps la station la plus rentable au Canada, annonçait une baisse de ses recettes et de ses revenus. Même chose pour CTV.

Mais le meilleur baromètre de l'efficacité de Radio-Canada, c'est encore la production et la livraison à temps de toute cette programmation qui enchante, divertit, émeut, contrarie parfois, l'auditeur et le téléspectateur canadien. Une programmation qui, je l'ai déjà dit, comporte 139 000 heures de diffusion par année en français et en anglais aux auditoires de six réseaux dispersés sur un immense territoire; une programmation acheminée à 99 % de la population canadienne par un système de distribution complexe couvrant six fuseaux horaires. Il s'agit ni plus ni moins que d'un exploit technique qui se répète chaque jour.

On ne peut parler d'efficacité sans parler du Vérificateur général.

Vous avez sans doute entendu parler, il y a environ un an et demi, des réserves qu'il avait exprimées quant à notre comptabilité. C'est un fait; nous avons entrepris une réorganisation complexe par informatique de notre comptabilité et cette entreprise énorme et complexe nous avait causé des difficultés techniques. Cependant, en quelques mois, avec l'aide de certains des meilleurs comptables du pays, dont M. Marcel Caron, nous avons repris les choses en main. Dans son rapport à la Chambre des communes sur l'exercice 1986-1987, le Vérificateur général qualifiait le plan de redressement de Radio-Canada de "Succès" et ajoutait que les mesures prises par la Société lui avait permis "de stabiliser avec succès les composantes actuelles du système financier national, de redresser ses états financiers au 31 mars 1986 et de rétablir des registres comptables appropriés."

Faisant écho aux propos du Vérificateur général, les journaux titraient :

"Les finances de Radio-Canada en ordre"

ou

"Radio-Canada reçoit l'approbation du Vérificateur général".

Je crois pouvoir parler de Radio-Canada avec une certaine objectivité. En effet, je n'y suis mêlé que depuis cinq ans environ. Auparavant, j'ai été, comme vous, un auditeur et un téléspectateur de Radio-Canada. De plus, pendant neuf ans au Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion et au CRTC, j'ai eu à jugé Radio-Canada et l'ensemble du secteur privé de la radiodiffusion.

Je peux donc témoigner avec une certaine impartialité en faveur de Radio-Canada. Je l'ai fait aujourd'hui. Je vous dis à mon tour : si vous avez des critiques, il ne faut pas vous gêner pour les exprimer. Mais je vous suggère de le faire comme on critique un ami ou un parent qu'on aime. Comme un ami ou une amie, Radio-Canada a besoin de votre amitié et de votre appui. Même les plus grandes institutions sont

fragiles. Radio-Canada a donc aussi besoin de votre vigilance.

Pensez, par exemple, à tous les endroits au Canada, de Vancouver à Halifax, où Radio-Canada soutient, par sa présence, des populations francophones minoritaires, ou encore des populations isolées ou éloignées des grands centres, comme celles de cette région. Pensez aux grands centres aussi où les émissions de Radio-Canada font équilibre à une programmation commerciale et souvent étrangère.

Demandez-vous aussi si 0,8 cents par jour par habitant représentent un prix trop élevé pour ce service. D'autre part, quand vous pensez aux améliorations que vous souhaiterez voir à Radio-Canada, si ça ne vaudrait pas quelques sous de plus.

En retour je puis vous garantir, de la part de tous mes collègues, une poursuite des efforts pour vous offrir un service de radiodiffusion qui exigerait sans doute des améliorations à l'heure actuelle, mais un service qui a fait ses preuves et qui les refait tous les jours : 16 heures par jour à la télévision, 19 heures par jour à la radio AM et 24 heures par jour à la radio FM.

CAI
BC
-577



The CBC: From Need to Necessity

Notes for an address by Pierre Juneau
President of the CBC

February 25, 1988

University of Victoria
Victoria, B.C.

I am honoured to be here today to take part in the University of Victoria's "Celebration of Canada's Arts" in homage to Murray and Frances Adaskin, two of Canada's most distinguished figures in the music world.

I am also proud to be part of the CBC whose association with the Adaskin musical dynasty, starting with Harry and John, spans many decades. As you may know, Harry Adaskin was once a commentator on the CBC's Sunday afternoon New York Philharmonic broadcasts. I'm sure many also remember CBC Radio's OPPORTUNITY KNOCKS, hosted by John Adaskin in the 40s and 50s.

Frances Adaskin sang the leading role in the first full-length opera produced by the CBC: Healy Willan's "Deirdre of the Sorrows." Murray was twice profiled on the CBC, at 65 and again at 75. Many of his compositions were commissioned by the CBC.

The CBC is again part of these celebrations, through the many programs produced during the Festival.

It is precisely for reasons like these that the CBC is needed, and I'm here today to tell you that that need has never been greater.

Let me start with a classic cliché of Canadian broadcasting history, the famous Fowler quote: "The only thing that really matters in broadcasting is program content; all the rest is housekeeping." It has been repeated hundreds of times. By me alone, dozens of times.

Philosophically, Fowler was right. At least as far as the CBC or public broadcasting is concerned. Everything we do -- administration, collective agreements, engineering, sales -- everything is done in order to provide good radio and television programs. That is the only goal that matters ultimately.

But then the CBC is not a business. It is a public service. If we were a business, we would have to be concerned first of all with profits. Like any other business. But the CBC was established not to make money but to provide a service to Canadians; good radio and television programs to inform, to educate, to enlighten, to entertain.

So, service is the thing. Programs. Everything else is, indeed, housekeeping.

Unfortunately, we in the CBC sometimes have the impression that reality is different from the world envisioned by Bob Fowler -- that we work in a world dominated by an endless stream of commissions, task forces, studies, investigations and hearings; that the thing that really matters in this world is housekeeping and all the rest is programming!

In the last ten years alone there have been four major inquiries into broadcasting in general and the CBC in particular.

But in addition to major studies, we have responded to a host of government policy initiatives and inquiries, both in the field of broadcasting and in the broader areas of social and fiscal policy. We have made literally dozens of submissions to the CRTC, both for the networks and for each and every station in the system.

Just listing these various studies and submissions, however, wouldn't tell the whole story, because even though the list is very long, it doesn't tell you anything about the duration of each effort. It's only when you start to analyse that aspect that you discover the process has been virtually non-stop. In the last decade for instance, there has always been some major inquiry in the works -- and often more than one at the same time.

Since the creation of the CBC in 1936, few people have disagreed with the need for the CBC. Some have, of course. And for some mysterious reason, some just hate the CBC. Others feel it is political to pay lip service to the need for public broadcasting but really would prefer to see the CBC disappear or greatly weakened.

Most Canadians, however, think the CBC is an indispensable Canadian cultural institution. Many think it is the most important cultural institution in the country; that it helps keep the country together; that it makes culture democratic; that it is the most economic way to create national consciousness and the most economic way to bring culture to all Canadians, whatever their means -- and not only to those who can afford to buy paintings or attend ballet and opera.

Now let us ask ourselves why -- if the need for the CBC is so obvious, if its democratic, cultural and national significance is so great -- why do we go through those painful, tormented cultural self-examinations so often about the CBC, instead of actually taking effective action to resolve the obviously central question: the issue of long-term financing to ensure both competitive programming and real independence for this cultural and journalistic institution. All royal commissions for 50 years have recognized that this is crucial. Yet the issue remains unresolved.

It is quite amazing to see how strongly various important individuals and bodies have spoken about the need and importance of public broadcasting and the CBC over the years.

In 1929, the Aird report said: "We believe that broadcasting should be considered of such importance in promoting the unity of the nation that a subsidy by the Dominion government should be regarded as an essential aid to the general advantage of Canada..."

R.B. Bennett echoed this view a few years later, when he said: "This country must be assured of complete Canadian control of broadcasting from Canadian sources. Without such control broadcasting can never be the agency by which national consciousness may be fastened and sustained and national unity still further strengthened..."

Radical words -- one almost hesitates to use them today. They certainly contrast with some of the things we've heard recently.

The Massey-Lévesque Commission felt that the CBC "... has developed into the greatest single agency for national unity, understanding and enlightenment."

The second Fowler Committee characterized the CBC as "... the most important single instrument for the development of a distinctive Canadian identity."

The CBC, in its 1974 network licence renewal, said: "A strong CBC is vital to the health of Canadian broadcasting which has been characterized as the central nervous system of Canadian nationhood..."

More recently the 1983 government policy paper described the CBC as "... an essential instrument of Canadian cultural development..."

The Caplan-Sauvageau Task Force left no doubt about its regard for the CBC. The Corporation, it said, has accomplished its mission with "remarkable success" and "continues to be indispensable" as "the very heart of our Canadian broadcasting system."

And in September of last year, in a statement to the House of Commons Committee on Culture and Communications, the Minister of Communications, the Honourable Flora MacDonald, said "We all agree [the CBC] is the heart of Canadian programming... The CBC is central to broadcasting policy in Canada. It was when first established -- by a Conservative government I might add -- and remains so today."

So there is no shortage of brave words -- it is fair to say that they have sometimes led to bold and courageous initiatives over the last 50 years.

There was for instance the very creation of the CBC; the introduction of television in 1952; then colour television; the Accelerated Coverage Plan; the creation of a broadcasting satellite system in 1971; the introduction of a program development fund financed from a tax on cable revenue in 1983; the creation of a similar film development fund, and the repatriation of all broadcasting and cable companies.

Of course, one should also acknowledge the substantial yearly contribution of the Canadian public through Parliament to the financing of the CBC.

However, satellite, cable and VCR developments in North America have put tremendous pressures on Canadian broadcasting in the last 20 years. They have not fundamentally changed the nature of the Canadian problem, which is the enormous presence of American information and entertainment in Canada. But they have multiplied that presence many times over. They have made it, quite simply, pervasive.

The few over-the-air services that used to reach only a few southern Canadian cities are now available by cable and satellite to virtually every inhabitant of this vast land, from coast to coast; from the southern cities to the high arctic. And the number of these services has expanded exponentially, from the "Big Three" in the 50s to a full range of specialty channels, pay services and "superstations" in the 80s.

No other democratic country in the world faces a similar challenge to its domestic broadcasting. None.

So the threat today is many times greater than it was in 1936. And Canada is still trying to reconcile its honourable and ambitious stated objectives with those pressures.

The official goal has always been -- and, officially, still is -- that Canada should have a Canadian broadcasting system presenting predominantly Canadian programming intended to strengthen "the cultural, political, social and economic fabric" of our nation.

But the reality is different. Right from the beginning of television in 1952, we've had lots of American programs -- even on the CBC. We got more and more private stations with very little Canadian programming, outside of sports and some information. Then, we got more and more cable systems importing U.S. stations wholesale all across Canada, including all distant regions and even using satellites to reach the North. We got the authorization of satellite dishes to capture U.S. satellite channels. And lots of radio stations carrying mainly foreign pop music.

In English television particularly, we have, in fact, developed a system which is substantially American -- nearly three-quarters American.

Only 29 per cent of all English-language television available in Canada is Canadian. Therefore, we have not yet achieved the objective stated by R.B. Bennett, namely "the complete Canadian control of broadcasting from Canadian sources." Far from it, from a programming point of view, Canadian television is very largely American. And very largely commercial.

In prime time -- from 7 to 11 p.m. -- only 23 per cent of all programs available on Canadian screens are Canadian.

In Vancouver or Toronto, the proportion is even worse: only 20 per cent of prime time TV is Canadian.

Even in the critical area of news, there are more hours of American newscasts available on Canadian English television than Canadian newscasts -- 55 per cent to 45 per cent. The only all-news network authorized in Canada is American.

There is more so-called American religious programming on Canadian English television than Canadian religious programming -- more foreign game shows, variety shows and childrens' shows. The imbalance is reflected in virtually every program category.

But let's look at the biggest problem of all! Drama.

English-speaking Canadians have available more than 52,000 hours of television each year. This is an average. In cities like Vancouver or Toronto, the choice is even larger.

Out of this staggering 52,000 hours, about 15,000 are Canadian. But the most important thing is that some 18,000 hours are drama -- and they account for half of what people watch on television.

Of all these hours of drama that English Canadians can watch, only 745 are Canadian. In English-speaking Canada, our imaginary landscape is overrun: 745 hours out of 18,000 -- or 4 per cent -- and that includes everything: stories for children, for adults, situation comedies, classical dramas, and so on.

In English, for every hour of Canadian drama on TV and cable, there are more than 25 hours of foreign drama.

We're outnumbered twenty-five to one.

We have abandoned our national stage to another society.

All the official statements, all the conclusions of royal commissions in the last 50 years -- including the statements in the present legislation -- have said that this is unacceptable.

I personally have spoken so much on this subject over the last 20 years that I'm at a loss to find new words to express my concern.

We did not lack policy on this matter. We have had a policy for some 20 years. What we have had is a stark contradiction between policy and reality. We lack consistency! We lacked action!

I suggest it is this contradiction between our legislation, our principles and our policies on the one hand and, on the other, our relative incapacity to live up to them, that causes us to re-examine things all the time and to run around in circles, turning into spirals of anxiety and hesitation.

We have had a tendency, because of the difficulty we face, to avoid the problem by reorganizing or setting up committees.

The problem is difficult to resolve -- but it's not impossible. The CBC has shown that there is more than enough talent in Canada to resolve our broadcasting problem; that Canadian programs can compete with foreign programs. Actually, some of the most creative people in U.S. television are Canadian, and recent events have shown that U.S. television is still looking to Canada in its recruitment. Events have also shown that creative people will stay in Canada if the challenge and the opportunities are sufficient. Some have come back after a successful stint in Hollywood or New York, and we're convinced that the CBC can bring back more talented Canadians if we offer them the opportunity of Canadianizing our programs.

But we will not generate a great deal of creative excitement, we will not recruit or repatriate the best talent or even keep the best talent, if our efforts mainly consist in fiddling around with the words which express our objectives, or in changing structures. Such things do not cost much, but they do not achieve much either, and the illusion they create does not even last very long.

The fundamental problem, as the Fowler Committee said, is still programming! More specifically, it is the financial cost of programming -- drama programming in direct competition with the most powerful program-producing country in the world.

The clichés of housekeepers are well known: "why not privatize the CBC?" or "let the CBC be only a distributor, let private industry produce the programs" or vice-versa "the CBC should be only a producer, let private enterprise do the distribution" or "we should export to cover the cost of programs" or "the CBC should be more accountable." It goes on and on.

Yes, yes, yes, more accountability. It's the world we live in. Yes, more regulations. Yes, more task forces and studies. Yes, more committees. Yes, more audits. More principles. More watching of the media. There is never enough "good housekeeping." But please, please -- real concrete solutions and resources to produce programs.

For too long we have refused to look reality in the face.

Indeed it is difficult for a country like Canada to maintain and develop a distinct, original broadcasting service in two languages.

A service which will have its own style and personality in English and in French.

A service that will reflect the cultural diversity of Canada.

A service that is not only expressed in two languages but is also rooted in all regions of this country.

It is even more difficult if such a service is to reach a large proportion of the people and not just an intellectual minority. A service where all Canadians feel at home -- not just a small proportion of Canadians -- culturally more privileged.

A service that cares about all Canadians and all things that Canadians strongly care about.

A service that will make Canadians feel confident in their own proven creativity and secure in their sovereignty.

This is not an easy task. It is difficult in the North American context.

Sovereignty is difficult. Being yourself is difficult. Whether you're an individual or a nation.

Producing good, stimulating and competitive Canadian programs can be done. The CBC's experience shows it can be done; with the talent inside the CBC and with outside producers.

It will not be done, however, if we try to escape reality. If we look for some easy or fancy way out.

If we try to reorganize our way out of what is really an issue of creativity and resources. Words are cheap. Programs cost money.

Everybody -- with or without experience, usually without -- seems to know how the CBC should be run; how this or that should be reorganized. But we must find a solution to the key problem: how will Canadians see stories about themselves on the CBC? And, if it's not done through the CBC, it's unlikely to be done elsewhere on television.

Therefore the solution inevitably requires strengthening the CBC, not reducing the scope of the CBC and limiting its mandate. The CBC must be strengthened, not weakened.

It is time to acknowledge and deal with the obvious -- time to stop inventing complicated explanations about what is lacking -- time to stop groping for mirages and head for real solutions.

It is important that all those who care about public broadcasting and the national broadcasting service devote their attention and dedicate their energy to what is essential -- bolstering the CBC. The principles and objectives established in 1958 and 1968 are noble and were all intended to maintain a strong CBC and enable it to play a larger role in Canada. In reality the place the CBC occupies in relation to the overall broadcasting situation has been reduced.

It is an obvious fact that the "control of Canadian airwaves" now by American programs -- to use the expression of R.B. Bennett -- is incomparably greater than it was when the Bennett government decided that forceful decisions were required and took action to create a Canadian public broadcasting entity. Incomparably greater. There was no television then. Canada was not covered from coast to coast and from South to North by American television networks and specialty services. We did not have dozens of private Canadian television stations showing mainly American shows. There was no cable. There were no satellites. We did not have an American television news network with more than half a million Canadian subscribers.

Yes, Canadians then enjoyed American entertainment -- at the movies, once a week! Now the dream machine comes into our homes 24 hours a day with MOONLIGHTING, MIAMI VICE, and seemingly endless repeats of NIGHT RIDER and THE A TEAM. Now we have pay television -- showing mainly American movies. And now every second Canadian home has a VCR to bring them more of the same.

And yet, some people think that the problem threatening Canada is that the CBC is too strong. In 1936, the government created the CBC to counteract a much lesser invasion of U.S. radio programs. Today, we witness a reverse attitude: today we have a massive invasion of U.S. television that has been going on for years and has been getting more and more pervasive, and some people say "Sell the CBC" or "Watch it! The CBC is too strong!"

Such an incredible lack of focus, such an upside down view of reality would be disquieting indeed, if it represented the view of the majority.

Fortunately it does not.

Let's look at the facts.

National survey after national survey indicate that the majority of Canadians not only want the CBC; they are also prepared to have the Government maintain or increase its financial support to the CBC.

In a 1984 CROP survey Canadians were asked: "Do you think the Government should spend more, less or the same as they currently do to support the following companies?"

The answer: 59 per cent of Canadians believe the Government should spend more or the same on the CBC.

The same year CBC Research carried out a national survey, asking Canadians if the CBC should be getting more help from the Government, less help, or the same amount.

The answer: 72 per cent of Canadians felt the CBC should be getting more help or the same. Only 17 per cent believed the CBC should have less help.

In a 1986 Environics survey, two-thirds of the respondents said they were in favour of "increased Government spending on the CBC in order to subsidize more Canadian productions."

Moreover, 68 per cent of Canadians do not flinch when told that the CBC costs them \$50 in taxes per adult per year, 12 per cent say it is "too little," while 56 per cent say it is "just right."

This is strong support, indeed, because often when people are confronted with the actual cost of their ideals, some retreat.

Public support for the CBC and its activities was most recently revealed in a national survey about the Corporation's plans for a 24-hour news and information service on cable.

According to a poll by Angus Reid Associates for Southam News, 43 per cent of Canadians supported the decision in favour of the CBC; only 28 per cent disapproved.

The almost-unanimous editorial support which the CBC obtained in the recent all-news network debate is also impressive. I say almost unanimous because the CBC has a few steadfast editorial opponents.

Starting here in British Columbia, THE VANCOUVER PROVINCE said:

"The CBC's ability to produce and deliver top-quality news is proven... The CBC is committed to Canadians and accountable to Parliament."

THE VANCOUVER SUN

"... it has been a unifying glue for the country, bringing Canadians together on the airwaves even though they are scattered across 3.8 million square miles."

THE EDMONTON JOURNAL

"There's little doubt that the Canadian Broadcasting Corporation is uniquely qualified to put together a first-class package of news and public affairs, reflecting its mandate of promoting national unity."

THE CALGARY HERALD

"Across the country, in small towns and outlying regions, in Toronto and Halifax and Vancouver, in every part of Canada into which a television signal can be beamed, there is the CBC."

THE (Saskatoon) STAR-PHOENIX

"...it has brought the rest of Canada into living rooms in the remotest areas in a way that private broadcasters could not do."

THE OTTAWA CITIZEN

"...a distinctively Canadian and national broadcasting network has long been considered crucial to our unity, as well as to our independence from the United States."

LE DROIT (Ottawa)

"...the CBC has always been regarded as the country's standard-bearer."
[Translation]

THE GLOBE AND MAIL (Toronto)

"The CBC, arguably the most prominent of those institutions [which make Canada distinctive]."

and

"In fact, the CBC's notable strength in news and public affairs stands as the major Canadian achievement in broadcasting."

LA PRESSE (Montreal)

"...to preserve their cultural identity, Canadians need television programming that reflects their reality."

and

"The CBC has created and maintained radio of outstanding quality. Varied, providing something for everyone, discreet and tasteful, it remains consistent with its original mandate." [Translation]

LE DEVOIR (Montreal)

"Its radio experience points the way: find a spot on the air for quality services that commercial stations have little room for..."

[Translation]

THE MONTREAL GAZETTE

"...it is heartening to see the CBC's strong commitment to regional broadcasting."

and

"Only the CBC has the skill or resources to provide 24-hour news without relying too heavily on foreign (mostly U.S.) sources."

LE SOLEIL (Quebec)

"...unanimous support for the continued existence of the CBC would appear to be a sure thing." [Translation]

THE (Halifax) DAILY NEWS

"But overall it does a good job especially in local programming in this province, and we would not want to see that arrangement disturbed."

THE (St. John's) EVENING TELEGRAM

"Through its programming, CBC has played a large part in increasing awareness among Canadians of Canadian music, musicians, actors, actresses, playwrights and artists of all types."

And even the newspapers which don't always support the CBC have been known, from time to time, to say positive things about us:

THE WINNIPEG SUN

"It has for years promoted Canadian talent which otherwise might not make it in the marketplace against American or European competition."

THE TORONTO SUN

"But Mother CBC is often excellent and deserves its international recognition."

The ultimate measure of relevance for any public service lies in the use that is made of it by the people it is designed to serve.

For English and French AM and stereo radio, surveys indicate that CBC-owned stations capture a very healthy percentage of all radio listening in Canada and extremely loyal support.

In television, despite ever-increasing competition and fragmentation of audiences, the CBC's English Television audience shares have remained remarkably steady over the past six years. As a matter of fact, independent surveys of the last three years indicate that prime-time shares have increased slightly.

On the French side, during the 1986-87 season, Radio-Canada's television obtained shares of 44.4 per cent in prime time and 37.5 per cent for the whole day, despite the introduction of Télévision Quatre Saisons, a new commercial French service, in the fall of 1986.

In any given week, 82 per cent of English-speaking Canadians and 89 per cent of French-speaking Canadians tune in to a CBC television program.

But what about the quality of programs?

The final test of any endeavour is competition; the competition for excellence, such as we are now seeing at the Calgary Olympics. As broadcasters we compete with the best in the world, and the enviable collection of national and international awards reaped every year is ample proof of the excellence of CBC programs.

On the domestic scene, the CBC regularly sweeps the awards in every program category; most recently, 50 national awards in 1987, including top Gemini and Gémeaux trophies.

Internationally, CBC programming has been acclaimed with the OSCAR and EMMY awards, the PRIX ITALIA and awards from major film and television festivals throughout the world -- 78 international awards for television and 32 for radio in 1987 alone. Last year, CBC radio received the George Foster Peabody Award for distinguished broadcasting and four first prizes at the 1987 GABRIEL Awards.

What about trust and credibility in news and current affairs, a subject about which the CBC is much maligned?

In an Environics survey conducted in 1987, Canadians were asked whether they perceived bias in the media and whether some media were seen as fairer and more objective than others.

The results indicated that CBC/Radio-Canada was by far the most trusted of Canada's major television networks. The Corporation earned the highest scores for fairness and accuracy and in-depth analysis.

The CBC is often accused of harbouring a left/liberal bias by Conservative Members of Parliament. In this survey people were asked which of the networks was the most objective. Forty-four per cent of Tory supporters said the CBC was the most objective; 41 per cent of New Democrats and 37 per cent of Liberals felt the same.

The Environics survey concluded that, among the nation's television networks, CBC/Radio-Canada outranked other broadcasters for fairness, accuracy and analysis.

There is also the unfairly persistent cliché about the Corporation's lack of efficiency uttered out of habit or ingrained dislike of the CBC as an institution. There is absolutely no doubt in my mind that the Corporation, considering its varied and demanding mandate, is as effective and efficient as most private corporations or government agencies.

For instance, businesses like transportation are judged by their dependability in delivering on time. The dependable, punctual delivery by the CBC of almost 140,000 hours of programming each year in two languages to audiences for six networks spread across the world's second-largest country through a complex system of distribution involving satellites, microwave links and transmitters in six time zones could be regarded as one of the CBC's most significant managerial achievements. Here is an organizational feat which is too much taken for granted.

Costs are of course important. It should also be pointed out that the CBC has, since 1985, planned and managed a downsizing operation involving more than \$100 million and resulting in the elimination of over 1,500 positions from an establishment of 12,000 employees -- about 12.5 per cent -- and the dismissal of some 460 employees.

To give you an idea of the importance of lay-offs at the CBC, let me just say by way of comparison that the whole federal government eliminated some 10,000 positions out of 225,000 -- about 4.4 per cent -- and laid-off 634 employees.

During this restraint period, most services to the public have been maintained and all CBC stations were kept in operation.

At the same time, 29 collective agreements were renegotiated with 23 bargaining units and without any major disruptions. This performance compares favorably with that of any government or commercial enterprise in Canada.

These new contracts were also negotiated at a time when the federal government and the CRTC were asking us to increase substantially our cooperation with independent producers, a matter of major concern to many CBC unions.

Our commitment to opening CBC programming to outside productions since 1983 has represented a total investment of \$75 million in projects with Telefilm in both English and French, for productions worth a total of \$370 million. The CBC's share of the funding was made possible not by increased appropriations but by cutting general expenses, reassigning production funds and increasing advertising revenues. A further demonstration of efficiency.

A word about advertising revenues. The government insists that the CBC increase its advertising revenues so that public financing may be reduced. So how have we managed? Between 1984 and 1987, the CBC's gross advertising revenues rose from \$179 million to \$239 million -- an increase of 33 per cent. For the current year, we expect our gross advertising revenues to reach some \$287 million, or 20 per cent higher than last year's results. These revenues have increased at a faster rate than those of the private sector.

Here I'm only pointing out our ability to succeed in business where we need to. We simply could not function without a high level of commercial revenue at the moment. However, there are serious policy considerations to be made here. From a program policy point of view, I think the CBC should not have to rely to such an extent on advertising revenue.

As to programs, they are produced at competitive cost. The Caplan-Sauvageau task force on broadcasting policy investigated and ultimately dismissed the frequently-heard statement that CBC in-house productions cost more than comparable independent productions.

Moreover the CBC very successfully manages one of Canada's largest pension funds worth almost \$1.5 billion. Over the last 10 years, the Corporation's pension fund performance has ranked second among Canada's 14 largest funds.

You no doubt heard of our accounting problems about a year and a half ago but the matter was brought under control rather quickly. Thus, in his report to the House of Commons in October 1987, the Auditor General described the CBC's recovery program as successful and added that the actions taken by the Corporation had enabled it "to stabilize successfully the present components of the National Finance System, to restate its March 31, 1986 financial statements and to reestablish proper books of account."

We constantly hear that the CBC should be accountable. Yes, of course it should. But just how accountable is it in fact?

Well, it is possibly the most accountable organization in the world, in business or in government.

You see here on this table a stack of documents measuring 56 centimetres -- about two and a quarter feet. They represent only some of the briefs, responses, reports that the CBC has had to produce for government departments, parliamentary committees, individual Members of Parliament and the CRTC in the past year and a half.

First of all, the CBC is of course accountable to you its shareholders. We handle on average over 260,000 pieces of mail and some 700,000 phone calls per year. We listen to suggestions and complaints from various public interest groups, including women's and native organizations, advertising councils and Francophone associations, and take action where appropriate. Members of Parliament frequently ask for detailed information on CBC operations by placing questions on the Order Paper, and the Corporation replies to over 1,000 letters from their offices every year.

The government must approve the general policy direction of the CBC and appoints the members of its Board of Directors who are responsible for the implementation of agreed-upon plans and objectives.

There are regular meetings with the Department of Communications. The CBC presents an annual corporate plan to the Minister and the Treasury Board. The CBC's budget is set by government and approved by Parliament.

The Corporation appears regularly before the Parliamentary Committee on Communications and Culture. The Public Accounts Committee can also look into CBC spending. The Corporation is examined by government-appointed bodies, including royal commissions, parliamentary and special committees and task forces.

The CBC is also accountable under other policies and legislation, including the Official Languages Act, Employment Equity and the Canada Labour Relations Board.

We're accountable to the CRTC with respect to our licences and Promises of Performance. The CRTC holds extensive hearings devoted to the CBC's radio and television services or to fundamental questions of policy. During the past 15 months, the CBC spent approximately 35 days participating in hearings with the Commission on such matters as the renewal of its television and radio network licences and its application for an all-news-and-information channel.

In connection with these appearances and with other matters such as the B.C. Radio Plan, the CBC has researched, prepared, filed and made public literally thousands of pages of relevant information.

Accountability does not come cheap. Accountability does take a toll. We readily accept the price that must be paid in order that the Canadian public be constantly assured that the Corporation is properly executing the public service mandate entrusted to it.

So there it is.

In the last part of this talk, I want to deal with two aspects of program services as an illustration of the principles I have emphasized in the first part.

The first aspect has to do with radio, the second with television.

The Board of the Corporation, which I chair, has taken a strong policy position concerning radio, namely that the CBC radio services in English and in French must be safeguarded. The support Canadians give to CBC radio is remarkable. We get constant testimonies from everywhere that it is one of the best in the world. We would like to improve it and give it more resources. That is not possible but at least we must take every means at our disposal to protect it. Wherever we can, we try to improve it.

I will give you an example of such an effort planned for British Columbia.

This plan, which we have already announced, is intended to improve CBC radio service to Victoria and the Sunshine Coast and to interior B.C. We hope to be authorized by the CRTC to implement it shortly. (Here's another example of accountability!)

We are particularly concerned about two problems of CBC radio in B.C. First, the fact that there is no FM Stereo in Victoria, the capital.

Second, that there is no regional radio service in important interior centers like Kamloops, Kelowna and Prince George -- areas representing almost one million British Columbians.

How can one resolve such problems when funds are scarce? Paul Fraser, who was until recently our Board member from B.C., worked hard with our Vice-President of English Radio, Michael McEwen, and our Regional Director, Eric Moncur to find a way.

Since there was no hidden reserve of funds anywhere, it could only be done by re-directing existing resources in B.C.

As Michael McEwen said when he announced these improvements, "No silver lining is without its cloud." Internal re-direction of resources means that, while most areas will benefit, there has to be, somewhere, a reduction of activity in order to permit the re-direction. In this case, the only negative element of the plan is that it requires a reduction of local programming in Prince Rupert, where the CBC has a station that is relatively large as compared to the absence of service elsewhere. The plan will allow for a bureau operation in Prince Rupert as we establish new ones in Prince George, Kamloops, Kelowna and Victoria.

The Corporation has already applied to the CRTC for an FM stereo transmitter to bring full CBC stereo service to Victoria and nearby areas which currently cannot receive it. As well, the CBC will open a much larger news and information bureau in Victoria, so that issues and events will be better reflected on the CBC's regional and national programming, as befits the city's status as a provincial capital.

In addition to the expanded Victoria bureau, news production bureaus will be opened in Kelowna and Prince George, supported by contributing units in Kamloops and Prince Rupert.

These bureaus will produce morning shows and other information programming for the southern and northern sectors of the province, as well as contribute to British Columbian and national programming.

The improvements I've mentioned will all be carried out without any additional capital expenditures or increases in annual operating costs. They will be completed later this year, if we obtain CRTC approval. I may point out that here is another example of decisiveness on the part of our Board and effectiveness on the part of our staff.

Now television. The first part of my talk underlined there is every reason to be alarmed about the state of Canadian television. While Canadian commercial television can and does play a role, there can be no strong Canadian television without public television, without the CBC. CBC television is not strong enough. It must be strengthened. CBC English television must be Canadianized. Fast.

The pervasive and overpowering expansion of U.S. television creates a situation of alarming urgency for CBC English television. We think it can rightfully be described as a crisis. It is a most critical point in Canadian broadcasting. A key point. A point where there must be immediate action.

Yet we have a serious resource problem. Producing Canadian stories costs about ten times as much as buying U.S. stories off the shelf. On the other hand, the purchasing power of our government appropriations for the last few years has not increased; in real dollars it has in fact been reduced. What can we do? Well, our English television people have decided to do something. They have undertaken an enormous and dramatic effort involving more than 100 producers and managers under the leadership of our Vice-President of English Television, Denis Harvey, and including our Regional Directors and their staff.

They have proposed to the Board, and we have accepted, a dramatic redirection of English television resources involving both regions and the network. The objective is to Canadianize dramatic programming rapidly.

Overall, we want to achieve within the next three years a goal of 95 per cent Canadian content in prime time, and more than 90 per cent across the entire schedule. Already, the balance has shifted. In the current season, for the first time in its history, prime-time CBC television will carry more Canadian-produced drama than American.

Much of the planned additional drama programs will be produced outside Toronto and Central Canada. There will also be more arts and performance programming and more programs for pre-school children.

There will be more co-productions and increased productivity throughout the system.

More than \$20 million now spent on the purchase of American programs will be redirected to Canadian productions. Within three years, the contributions of the regions to the overall schedule will have increased from the present 26 per cent to more than 40 per cent. This will be achieved by redirecting some existing regional budgets and by injecting additional funds.

Of course, Canadian content for its own sake is not enough. Over the years, Canadian television has experienced considerable difficulties competing with some of the slick and glossy commercial American network programming. But the CBC and Canadian independent producers have demonstrated that Canadians -- given adequate resources -- are able to produce popular programs of high quality in order to compete successfully with other prime-time offerings.

There is no question that quality Canadian drama programs are possible. The double objective for the coming years will be to produce more Canadian programs of more consistently-high quality.

Script and pilot development is the linchpin of such a plan. The CBC will invest at least \$2.5 million annually in the development of scores of ideas for dozens of scripts from which pilots can be produced. Such an investment represents more than twice the amount the English Television Network ever spent on development. This is an enormous increase over the average development financing of recent years, when funds designated for development had slipped to almost nothing.

We also need to reinvigorate CBC French television. I am very concerned about the low level of our individual program budgets on the French side.

Our writers and producers have been extremely ingenious over the years and have developed program techniques that have resulted in incredibly successful drama series at remarkably low cost.

In the current season, the French network schedules about four and a half hours per week of Radio-Canada-produced dramatic series. Some of these series regularly attract more than a million viewers and occasionally more than two million. Some episodes of DES DAMES DE COEUR, for example, achieve audience shares of 50 per cent or more of all French-speaking viewers. Proportionately, this is as good as -- or better than -- the performance of the most popular American series. In Canada, THE COSBY SHOW gets average shares of 51 per cent, DIFFERENT WORLD 41 per cent and SUNDAY DISNEY 33 per cent.

But low budget levels force a reduction of the "values" of these programs which restrain writers and producers unacceptably and also deprive audiences of what could be more significant cultural quality.

We will proceed with our Canadianization program on the English side as fast and as vigorously as we can, in spite of the fact that we face a serious financial budget shortfall again in 1988-89. This is caused by inflation and some budget reductions.

We had hoped for a significant and very needed addition to our operating appropriation for 1988-89. The addition we are getting will partly compensate for inevitable additional costs already foreseen, like salary and royalty increases. Many other unavoidable increases, including inflation on goods and services and additional taxes, remain unfunded. We will have to find the money.

We are determined to compensate for this shortfall on our own, by internal economies and redirections.

Furthermore, our commercial revenue projections for 1988-89 are very good. We certainly are pleased that the Minister of Communications, the Honourable Flora MacDonald, and the Treasury Board are now allowing the CBC to keep all its commercial revenue.

Therefore, we intend to take a bold and important step towards our stated objectives. We must try to demonstrate what Canadian creators could do if they really had the required resources.

After so many studies, investigations, reports, task forces, committees and commissions, we still hope, however, that some decisive steps will be taken promptly to enable the CBC to fully achieve, at last, this fundamental objective: a public broadcasting service, namely a Canadian broadcasting corporation, that truly reflects this large and varied country and also strengthens its confidence in itself and in its future.



Radio-Canada... plus que jamais

Notes pour une allocation
du président de Radio-Canada
Pierre Juneau

Le 25 février 1988

Université de Victoria
Victoria, C.-B.

C'est un honneur pour moi d'être parmi vous aujourd'hui et de prendre part à la "Célébration des arts du Canada" de l'Université de Victoria, en l'hommage de Murray et Frances Adaskin, deux des plus grandes personnalités canadiennes du monde de la musique.

Je suis également très fier de faire partie de la Société Radio-Canada dont l'association avec la dynastie des Adaskin, qui a débuté avec Harry et John, remonte à plusieurs dizaines d'années. Comme vous le savez peut-être, Harry Adaskin commentait les retransmissions de l'Orchestre philharmonique de New York, les dimanches après-midi à Radio-Canada. Bon nombre d'entre vous se souviendront également sans nul doute de l'émission OPPORTUNITY KNOCKS de la radio de Radio-Canada, animée par John Adaskin dans les années 40 et 50.

Et Frances Adaskin a interprété le rôle principal dans le premier opéra intégral produit par Radio-Canada : "Deirdre of the Sorrows", de Healy Willan. La Société a également brossé le portrait de Murray à deux reprises, d'abord lorsqu'il était âgé de 65 ans, puis à 75 ans. Plusieurs de ses compositions avaient été commandées par Radio-Canada.

Encore une fois, Radio-Canada participe à ces célébrations grâce aux nombreuses émissions produites durant le Festival.

C'est précisément en des occasions comme celle-là que le besoin de Radio-Canada est manifeste, et je suis parmi vous aujourd'hui pour vous dire que ce besoin est plus fort que jamais.

Mais permettez-moi de commencer par ce cliché classique de l'histoire de la radiodiffusion canadienne, la célèbre citation de Fowler : "La seule chose qui compte réellement en radiodiffusion, c'est le contenu des émissions; tout le reste est une question de détail". Cette phrase a été répétée des centaines de fois. Moi-même, j'ai dû la prononcer des dizaines de fois.

D'un point de vue philosophique, Fowler avait raison. Du moins en ce qui a trait à Radio-Canada ou à la radiodiffusion publique. Tout ce que nous faisons -- qu'il s'agisse d'administration, de conventions collectives, d'ingénierie, de ventes -- tout doit tendre vers un seul but : offrir de bonnes émissions télévisuelles et radiophoniques. C'est le seul objectif qui compte réellement au bout du compte.

D'ailleurs la Société Radio-Canada n'est pas une entreprise commerciale. Si c'était le cas, il faudrait nous préoccuper avant tout de faire des profits. Comme toute autre entreprise. Or, Radio-Canada a été créée non pas pour faire de l'argent, mais pour offrir un service aux Canadiens : des émissions radiophoniques et télévisuelles de qualité qui renseignent, éclairent et divertissent.

C'est donc le service qui prime. Tout le reste n'est, effectivement, que détail.

Malheureusement, nous avons parfois l'impression, à Radio-Canada, que la réalité diffère de la vision entretenue à l'époque par Bob Fowler -- nous avons l'impression de travailler dans un monde dominé par une suite ininterrompue de commissions, de groupes de travail, d'études, d'enquêtes et d'audiences; un monde où ce qui compte réellement, ce sont toutes ces activités périphériques, tandis que la programmation est une question de détail!

Ne serait-ce qu'au cours des 10 dernières années, la radiotélévision en général, et Radio-Canada en particulier, ont fait l'objet de quatre grandes études.

Et outre ces grandes études, il nous a fallu nous soumettre à une quantité de nouvelles démarches et d'examens du gouvernement, à la fois en matière de radiotélévision et dans les secteurs plus larges des politiques sociales et fiscales. Nous avons déposé littéralement des dizaines de soumissions auprès du CRTC, à la fois pour les réseaux et pour chaque station du système.

Il ne suffit pas cependant de dresser la liste de ces diverses études et soumissions pour tout saisir -- car même si la liste est très longue, elle ne fait pas ressortir la durée de chacun de ces efforts.

Ce n'est que lorsque l'on se penche sur cet aspect de la chose que l'on se rend compte que le processus n'a pratiquement jamais cessé. Ne serait-ce qu'au cours de la dernière décennie, par exemple, il y a toujours eu au moins une étude importante en cours, et souvent plus d'une en même temps.

Depuis la création de Radio-Canada en 1936, il y a eu peu de gens pour affirmer que Radio-Canada n'était pas nécessaire. Il y en a eu quelques uns, bien entendu. Certains, pour des raisons qui m'échappent, détestent purement et simplement Radio-Canada. D'autres, également, estiment qu'il vaut mieux politiquement reconnaître officiellement le besoin d'une radiotélévision publique, mais ils préféreraient, en fait, la voir disparaître ou s'étioler Radio-Canada.

Pour la plupart des Canadiens, toutefois, Radio-Canada est une institution culturelle canadienne indispensable. Nombreux sont ceux qui la tiennent pour l'institution culturelle la plus importante du pays; ils estiment qu'elle contribue à préserver l'unité du pays; qu'elle démocratise la culture; qu'elle constitue la façon la plus économique de stimuler notre conscience nationale et de mettre la culture à la portée de tous les Canadiens et Canadiennes, quels que soient leurs moyens, non pas simplement de ceux qui peuvent se permettre d'acheter des tableaux ou d'assister à des ballets ou des opéras.

Mais voyons pourquoi -- si le besoin de Radio-Canada est si évident, si sa signification démocratique, culturelle et nationale est si grande -- voyons pourquoi il nous faut nous prêter aussi fréquemment à ces remises en question pénibles et douloureuses à propos de Radio-Canada, au lieu de prendre vraiment les moyens nécessaires pour résoudre le problème fondamental qui ne fait de doute pour personne : le problème d'un financement à long terme qui permettrait à la fois de produire une programmation compétitive et de garantir à cette institution culturelle et journalistique une réelle indépendance. Depuis 50 ans, toutes les commissions d'enquête s'entendent sur le fait qu'il s'agit d'un problème crucial. Or la question demeure entière.

Il est tout à fait étonnant de voir avec quelle vigueur diverses personnes et divers organismes importants ont rappelé au fil des années le besoin et l'importance de la radiotélévision publique et de Radio-Canada.

En 1929, on pouvait lire dans le rapport Aird : "Nous croyons qu'il faudrait reconnaître l'importance de la radiodiffusion dans la promotion de l'unité de la nation, au point de considérer l'octroi d'une subvention du gouvernement comme une aide essentielle dont l'ensemble du Canada pourrait profiter..."

R.B. Bennett se faisait l'écho de cette opinion quelques années plus tard, lorsqu'il affirmait : "Ce pays doit avoir le contrôle total de la

radiodiffusion de sources canadiennes. Sans un tel contrôle, la radiodiffusion ne pourra jamais être cet organisme mettant en valeur et maintenant la conscience nationale, et renforçant l'unité nationale..."

Ce sont là des paroles très radicales -- et l'on hésite presque à les citer aujourd'hui. Elles contrastent en tout cas avec certains propos entendus récemment.

La Commission Massey-Lévesque estimait que Radio-Canada "...était devenue le plus grand facteur d'unité, de compréhension et d'éducation nationales".

Le deuxième Comité Fowler disait de Radio-Canada qu'elle constituait "...un instrument d'une importance unique... pour le développement et le maintien de l'unité au Canada".

Le CRTC, en renouvelant les permis de réseau de la Société en 1974, déclarait : "Il est essentiel pour la santé du système de radiodiffusion au Canada que la Société Radio-Canada soit vigoureuse. Certains ont défini la radiodiffusion comme le système nerveux du pays..."

Plus récemment, dans son énoncé de politique de 1983, le gouvernement décrivait Radio-Canada comme "...un outil essentiel du développement culturel canadien..."

Et le Groupe de travail Caplan-Sauvageau ne cachait pas du tout son estime pour Radio-Canada. La Société, disait-il, "s'est acquittée honorablement de sa mission" et "demeure inaliénable" comme "pierre angulaire de notre système de radiodiffusion canadien".

L'année dernière, au mois de septembre, dans une déclaration devant le Comité permanent des communications et de la culture, la ministre des Communications, l'honorable Flora MacDonald, affirmait, en parlant de la Société : "Nous reconnaissons tous qu'il s'agit là du plus important producteur d'émissions canadiennes... La SRC joue un rôle primordial dans le domaine de la radiodiffusion au Canada. C'était le cas lorsqu'elle a été créée -- par un gouvernement conservateur, je me dois de l'ajouter -- et ce l'est encore."

Les bonnes paroles ne manquent pas -- et il faut dire qu'au cours des cinquante dernières années, elles ont parfois été suivies d'initiatives audacieuses et courageuses.

Il y a eu, par exemple, la création même de Radio-Canada; le lancement de la télévision en 1952, suivi par la télévision en couleur; le Plan accéléré de rayonnement; la création du système de satellite de télévision en 1971; la création d'un fonds de développement des émissions financé au moyen d'une taxe sur les recettes des câblodistributeurs en 1983; la création d'un fonds semblable pour le

développement des films; et le rapatriement de tous les diffuseurs et câblodistributeurs.

Bien sûr, il faut également reconnaître la grande contribution que le public canadien, par l'entremise du Parlement, apporte chaque année au financement de Radio-Canada.

Mais depuis 20 ans, les progrès du satellite, du câble et du magnétoscope en Amérique du Nord exercent des pressions énormes sur la radiotélévision canadienne. Ces nouvelles données n'ont pas changé radicalement la nature du problème du Canada, à savoir la grande disponibilité d'émissions d'information et de divertissement américaines. Mais elles ont multiplié plusieurs fois cette disponibilité au point que ces émissions sont devenues omniprésentes.

Les quelques services à diffusion directe qui, auparavant, n'atteignaient qu'un nombre restreint de villes du Sud du Canada, sont désormais, grâce au câble et au satellite, à la portée de pratiquement tous les habitants de notre immense pays, d'un océan à l'autre, des villes du Sud jusqu'à l'Arctique. Et le nombre de ces services a connu une croissance exponentielle. Aux "trois grands" des années 50 s'est ajoutée toute une gamme de chaînes spécialisées, de services payants et de "superstations" dans les années 80.

Nulle part ailleurs dans les pays démocratiques, la radiotélévision nationale n'est confrontée à un tel défi. Absolument nulle part.

La menace est donc nettement plus grande aujourd'hui qu'en 1936. Et le Canada est toujours en train de tenter de concilier ses objectifs officiels honorables et ambitieux avec ces pressions.

Le but officiel a toujours été -- et, officiellement, rien n'a changé -- d'avoir au Canada un système de radiotélévision canadien qui présente une programmation principalement canadienne visant à renforcer "la structure culturelle, politique, sociale et économique" de notre pays.

Mais la réalité est tout autre. Dès le début de la télévision, en 1952, nous avons présenté énormément d'émissions américaines -- même à Radio-Canada. Nous avons vu apparaître de plus en plus de stations privées qui diffusaient très peu d'émissions canadiennes, à part les sports et l'information dans une certaine mesure. Ensuite, des câblodistributeurs de plus en plus nombreux se sont mis à importer en bloc des stations américaines dans tout le Canada, y compris dans les régions éloignées et même, au moyen des satellites, dans le Nord. Nous avons autorisé l'installation d'antennes paraboliques pour capter des chaînes américaines diffusées par satellite. Sans oublier les nombreuses stations de radio qui offrent principalement de la musique pop étrangère.

À la télévision anglaise en particulier, nous avons, en fait, obtenu un système principalement américain -- presque à trois quarts américain.

La programmation de la télévision en langue anglaise disponible au Canada n'est canadienne qu'à 29 pour cent. Nous n'avons donc pas encore réalisé l'objectif énoncé par R.B. Bennett, à savoir "le contrôle total de la radiodiffusion de sources canadiennes". Bien au contraire, en matière de programmation, la télévision canadienne est très majoritairement américaine, et très nettement commerciale.

Aux heures de grande écoute -- soit de 19 h à 23 h -- seulement 23 pour cent de toutes les émissions de langue anglaise présentées sur les écrans sont canadiennes.

À Vancouver ou Toronto, la proportion est encore pire : seulement 20 pour cent de la télévision de grande écoute est canadienne.

Même dans le secteur crucial de l'information, en nombres d'heures, on compte davantage de bulletins d'information américains que de bulletins canadiens -- soit 55 pour cent contre 45 pour cent. Le seul réseau entièrement consacré à l'information autorisé au Canada est américain.

On compte davantage d'émissions soi-disant religieuses américaines à la télévision que d'émissions religieuses canadiennes -- davantage d'émissions-jeux, d'émissions de variétés et d'émissions pour enfants

étrangères. Ce déséquilibre se retrouve dans pratiquement toutes les catégories d'émissions.

Mais voyons le problème le plus grave de tous. Les dramatiques.

Les Canadiens d'expression anglaise ont accès à plus de 52 000 heures de télévision chaque année. Et il s'agit d'une moyenne. Dans des villes comme Vancouver ou Toronto, le volume est encore plus important.

Or sur ce chiffre impressionnant de 52 000 heures, environ 15 000 sont canadiennes. Mais ce qui compte surtout, c'est qu'environ 18 000 heures sont constituées de dramatiques -- et celles-ci représentent la moitié de ce que les téléspectateurs regardent.

Sur ce total d'heures de dramatiques de langue anglaise, seulement 745 sont canadiennes. Au Canada anglais, notre imaginaire est dominé par d'autres : 745 heures sur 18 000 -- soit 4 pour cent -- et cela inclut toutes les catégories, les récits pour enfants et pour adultes, les comédies de situation, les dramatiques classiques, et ainsi de suite.

En anglais, pour chaque heure de dramatique canadienne présentée à la télévision et au câble, on compte plus de 25 heures de dramatiques étrangères.

Nous sommes surpassés à raison de vingt-cinq contre un.

Nous avons cédé notre scène nationale à une autre société.

Toutes les déclarations officielles, toutes les conclusions des commissions royales d'enquête des 50 dernières années -- y compris les énoncés de notre législation actuelle -- dénoncent cette situation.

Personnellement, j'ai si souvent parlé de ce sujet au cours des 20 dernières années, que j'ai du mal à trouver des mots nouveaux pour exprimer mon inquiétude.

Ce n'est pas que nous n'ayons pas eu de politique sur le sujet. Nous en avons une depuis une vingtaine d'années. Mais il y a eu contradiction flagrante entre cette politique et la réalité. C'est la constance qui a fait défaut. Ce sont les actions qui ont manqué!

À mon sens, c'est cette contradiction entre, d'une part, notre législation, nos principes et nos politiques et, d'autre part, notre incapacité à nous montrer tout à fait à la hauteur de la situation, qui nous amène à réexaminer constamment les choses et à tourner en rond, à nous laisser entraîner dans une véritable spirale d'angoisses et d'hésitations.

Nous avons eu tendance, à cause des difficultés auxquelles nous faisons face, à éluder le problème en réorganisant ou en constituant des comités.

Le problème est certes difficile à résoudre -- mais il n'est pas insurmontable. Radio-Canada a prouvé qu'il existait, au Canada, plus de talent qu'il n'en faut pour résoudre notre problème à la radio et à la télévision; que les émissions canadiennes réussissent à soutenir la concurrence des émissions étrangères. En fait, on retrouve des Canadiens parmi les personnalités les plus créatrices de la télévision américaine, et des événements récents ont prouvé que la télévision américaine continue à lorgner du côté du Canada pour recruter son personnel. On a également pu constater que ces gens de talent restent au Canada lorsque le défi et les possibilités en valent la peine. Certains sont même revenus après avoir réussi à Hollywood ou à New York, et nous sommes convaincus que Radio-Canada pourra ramener encore plus de Canadiens talentueux si nous leur offrons l'occasion de canadianiser nos émissions.

Mais nous ne réussissons pas à stimuler grandement la créativité, nous ne réussissons pas à recruter ni à rapatrier les meilleurs talents, ni même à les retenir, si nos efforts se limitent simplement à jouer avec les mots qui expriment nos objectifs, ou à modifier les structures. Ce genre de chose ne coûte pas cher, mais n'est pas très productif non plus. Et l'illusion que l'on obtient ainsi ne dure même pas.

Le problème fondamental, comme le disait le Comité Fowler, demeure la programmation! Ou, plus précisément, le coût financier de la programmation des dramatiques, lorsqu'on est en concurrence directe avec le pays producteur d'émissions le plus puissant du monde.

Les clichés brandis par ceux qui privilégient le détail sont bien connus : "Pourquoi ne pas privatiser Radio-Canada?" ou "Donnons à Radio-Canada un rôle de distributeur, que l'industrie privée produise les émissions", ou inversement, "Radio-Canada devrait se contenter de produire : confions la distribution à l'entreprise privée" ou "il faudrait exporter pour rentabiliser les émissions", ou encore "Radio-Canada devrait rendre davantage de comptes". On pourrait continuer longtemps ainsi.

Oui, d'accord, il faut rendre des comptes. Le monde dans lequel nous vivons le veut ainsi. D'accord, il faut davantage de réglementation. D'accord pour davantage de groupes de travail et d'étude, pour davantage de vérifications. Davantage de principes, davantage de politiques, davantage de surveillance des médias. On ne fera jamais assez pour s'assurer que même les questions de détail soient convenablement traitées. Mais, de grâce, trouvons des solutions concrètes et réelles et des ressources pour produire des émissions!

Nous avons trop longtemps refusé de regarder la réalité en face.

Il est effectivement difficile pour un pays comme le Canada de maintenir et de développer un service de radiotélévision original et distinct en deux langues.

Un service qui ait son propre style et sa propre personnalité en anglais comme en français.

Un service qui soit le miroir de la diversité culturelle du Canada.

Un service qui non seulement s'exprime en deux langues, mais qui puise également ses racines dans toutes les régions du pays.

Et les choses sont encore plus difficiles lorsqu'un tel service doit plaire à une importante proportion de la population, au lieu de se limiter à une minorité d'intellectuels. Un service dans lequel tous les Canadiens, non pas simplement une petite partie de Canadiens culturellement choyés, doivent pouvoir se reconnaître.

Un service qui se préoccupe de tous les Canadiens et de tout ce qui les intéresse fortement.

Un service grâce auquel les Canadiens auront foi en leur propre créativité, et en leur souveraineté.

La tâche n'est pas facile. Elle l'est d'autant moins dans le contexte nord-américain.

La souveraineté est difficile à défendre. Il est difficile d'être soi-même, que ce soit en tant qu'individu ou en tant que peuple.

Mais il est possible de produire de bonnes émissions canadiennes stimulantes et compétitives. L'expérience de Radio-Canada démontre que la chose est faisable; grâce au talent maison et aux producteurs privés.

Mais nous ne réussirons pas, toutefois, si nous tentons de nous soustraire à la réalité. Si nous cherchons une échappatoire.

Si nous tentons d'escamoter, en nous contentant de réorganiser, un problème qui est avant tout une question de créativité et de ressources. Les mots sont bon marché. Les émissions coûtent cher.

Tout le monde -- avec ou sans expérience, mais généralement sans -- semble avoir son idée sur la façon dont il faudrait gérer Radio-Canada; sur la façon dont il faudrait réorganiser telle ou telle chose. Mais ce qu'il faut, c'est trouver une solution au problème de base : comment les Canadiens se raconteront-ils à eux-mêmes sur les ondes de Radio-Canada? Si cela ne se fait pas par l'intermédiaire de

Radio-Canada, il y a peu de chance que d'autres le fassent, à la télévision.

La solution passe donc inévitablement par un renforcement de Radio-Canada; non pas par une diminution de son envergure ni une limitation de son mandat. Il faut renforcer, et non pas affaiblir Radio-Canada.

Il est temps de reconnaître ce qui est évident et d'agir -- il est temps de cesser d'avancer des raisonnements compliqués pour expliquer ce qui fait défaut -- temps de cesser de s'accrocher à des mirages et de rechercher des solutions vraies.

Il importe que tous ceux et celles qui se soucient de la radiotélévision publique et du service national de radiotélévision consacrent leur attention et leurs énergies à ce qui est essentiel -- soutenir Radio-Canada. Les principes et objectifs établis en 1958 et 1968 sont très nobles et visaient à consolider Radio-Canada, à lui permettre de jouer un rôle accru au Canada. En réalité, la place que Radio-Canada occupe dans l'ensemble du paysage audiovisuel a diminué.

Il est manifeste que les émissions américaines exercent actuellement sur les ondes canadiennes -- pour reprendre l'expression de R.B. Bennett -- un "contrôle" sans comparaison avec l'époque où son gouvernement avait décrété que des décisions musclées s'imposaient et

avait pris des mesures pour créer un organisme de radiodiffusion public canadien. Sans comparaison. La télévision n'existait pas à l'époque. Le Canada n'était pas balayé d'un océan à l'autre, et du Nord au Sud, par des réseaux de télévision américains et des services spécialisés. Il n'y avait pas des dizaines de stations de télévision canadiennes privées diffusant avant tout des émissions américaines. Le câble n'existait pas. Les satellites non plus. Nous n'avions pas de réseau de télévision américain exclusivement consacré à l'information comptant plus d'un demi-million d'abonnés canadiens.

Bien sûr, les Canadiens de l'époque se divertissaient en allant voir des productions américaines -- au cinéma, une fois par semaine! Mais aujourd'hui, cette machine à rêve entre désormais dans nos foyers 24 heures par jour avec MOONLIGHTING, MIAMI VICE, avec des reprises apparemment sans fin de NIGHT RIDER et THE A TEAM. Désormais, nous avons la télévision payante -- qui nous présente avant tout du cinéma américain. Et un foyer canadien sur deux possède un magnétoscope, ce qui ne fait qu'accentuer le phénomène.

Et pourtant, pour certains, c'est la présumée puissance de Radio-Canada qui menace le Canada. En 1936, le gouvernement a créé Radio-Canada pour apporter un contrepoids à une invasion bien moins importante des émissions radiophoniques américaines. Aujourd'hui, on assiste à une attitude inverse : la télévision américaine déferle sur nos ondes depuis des années; elle se répand de plus en plus, et pourtant, on

entend des propos comme "Vendons Radio-Canada", ou bien "Attention! Radio-Canada est trop puissante!"

Un manque de compréhension aussi incroyable, une vision aussi erronée de la réalité serait en fait inquiétante si elle représentait l'opinion de la majorité.

Heureusement, ce n'est pas le cas.

Voyons les faits.

Les sondages nationaux révèlent, les uns après les autres, que la majorité des Canadiens non seulement veulent de Radio-Canada, mais qu'ils sont également prêts à accepter que le gouvernement maintienne ou augmente son appui financier à Radio-Canada.

Un sondage CROP réalisé en 1984 posait aux Canadiens la question suivante : "Pensez-vous que le gouvernement canadien devrait dépenser davantage, moins ou l'équivalent de ce qu'il dépense actuellement pour soutenir les sociétés suivantes?"

La réponse : 59 pour cent des Canadiens estiment que le gouvernement devrait consacrer davantage ou autant à Radio-Canada.

Cette même année, le service de la recherche de Radio-Canada, dans un sondage national, demandait aux Canadiens si Radio-Canada devrait recevoir davantage d'aide du gouvernement, moins d'aide ou autant.

La réponse : 72 pour cent des Canadiens ont répondu que Radio-Canada devrait recevoir davantage ou autant d'aide. Seulement 17 pour cent estimaient que Radio-Canada devrait en recevoir moins.

Dans un sondage réalisé par Environics en 1986, deux tiers des répondants se sont dits favorables à l'idée que "le gouvernement consacre davantage d'argent à Radio-Canada afin de subventionner davantage d'émissions canadiennes".

Qui plus est, 68 pour cent des Canadiens ne sourcillent pas du tout lorsqu'on leur dit que Radio-Canada leur coûte 50 \$ en impôt chaque année, par adulte; 12 pour cent répondent que c'est "trop peu", tandis que 56 pour cent affirment que c'est "juste ce qu'il faut".

Il s'agit d'un appui très fort, en fait, car il arrive souvent, lorsqu'on révèle aux gens le coût réel de leurs idéaux, que certains fassent marche arrière.

L'appui que le public accorde à Radio-Canada et à ses activités a été révélé récemment dans un sondage national sur l'intention de Radio-Canada de fournir un service d'information continu au câble.

Selon un sondage d'Angus Reid Associates réalisé pour le compte de Southam News, 43 pour cent des Canadiens étaient d'accord avec la décision en faveur de Radio-Canada; seulement 28 pour cent étaient contre.

L'appui presque unanime témoigné à Radio-Canada dans les éditoriaux parus lors du récent débat sur la chaîne d'information est également impressionnant. Je dis presque unanime, car il y a bien sûr quelques éditorialistes qui sont invariablement contre Radio-Canada.

J'aimerais commencer ici, en Colombie-Britannique, en citant THE VANCOUVER PROVINCE, qui écrivait que :

"L'aptitude de Radio-Canada à produire et présenter des informations de haut calibre n'est plus à prouver... Radio-Canada a pris un engagement envers les Canadiens et rend des comptes au Parlement." [Traduction]

THE VANCOUVER SUN

"...elle a été le ciment unificateur du pays en réunissant les Canadiens sur les ondes, même s'ils sont éparpillés sur 3,8 millions de milles carrés." [Traduction]

THE EDMONTON JOURNAL

"Il ne fait aucun doute que la Société Radio-Canada a les qualifications uniques qui lui permettent de réaliser des émissions de nouvelles et d'affaires publiques de première classe qui renforcent l'unité nationale, comme l'exige son mandat." [Traduction]

THE CALGARY HERALD

"Dans tout le pays, dans les petites villes et les régions éloignées, à Toronto, Halifax et Vancouver, dans tous les coins du Canada où l'on peut capter un signal de télévision, Radio-Canada est présente." [Traduction]

THE (Saskatoon) STAR-PHOENIX

"...elle a amené le reste du Canada dans les salons des régions les plus éloignées, ce que les diffuseurs privés n'auraient pas pu faire." [Traduction]

THE OTTAWA CITIZEN

"...On a toujours pensé qu'il était crucial pour notre unité tout comme pour notre indépendance vis-à-vis des États-Unis, d'avoir un réseau de diffusion national et distinctivement canadien." [Traduction]

LE DROIT (Ottawa)

"...la Société Radio-Canada a toujours été considérée comme un étendard brandi pour affirmer les "couleurs" du pays."

THE GLOBE AND MAIL (Toronto)

"Radio-Canada, sans doute la plus importante de ces institutions (qui font du Canada un pays distinctif)." [Traduction]

et

"En fait, la grande force de Radio-Canada dans les émissions de nouvelles et d'affaires publiques représente ce qu'il y a de plus réussi dans la radiodiffusion canadienne." [Traduction]

LA PRESSE (Montréal)

"...pour conserver une certaine identité culturelle, les Canadiens ont besoin d'une télévision qui leur ressemble."

"Radio-Canada a su créer et maintenir une qualité de radio exceptionnelle. Variée et respectueuse de tous les groupes, répondant à presque toutes les attentes individuelles, de bon ton et de bon goût, elle demeure en harmonie avec sa mission originale."

LE DEVOIR (Montréal)

"Son expérience radio indique déjà la voie : donner un créneau, en ondes, à des services de qualité pour lesquels les stations commerciales n'ont à peu près pas de place..."

THE MONTREAL GAZETTE

"...il fait bon voir comme Radio-Canada prend la radiodiffusion régionale à coeur." [Traduction]

et

"Seule Radio-Canada a les compétences et les ressources pour offrir un service d'information 24 heures sur 24 sans dépendre trop lourdement de sources étrangères et surtout américaines." [Traduction]

LE SOLEIL (Québec)

"...il apparaît assez facile de faire l'unanimité sur le fait que Radio-Canada doit continuer à exister..."

THE HALIFAX DAILY NEWS

"Mais, dans l'ensemble, elle fait un bon travail, surtout dans la programmation locale à l'intérieur de la province et nous ne voulons pas que cela cesse." [Traduction]

THE (St. John's) EVENING TELEGRAM

"Grâce à sa programmation, Radio-Canada a largement contribué à sensibiliser les Canadiens à la musique, aux musiciens, aux acteurs, aux auteurs dramatiques et aux artistes canadiens de tous genres."
[Traduction]

Et même les journaux qui ne sont pas toujours des partisans de Radio-Canada ont écrit des choses positives à notre endroit :

THE WINNIPEG SUN

"Depuis des années, elle encourage les talents canadiens qui, sans cela, ne pourraient pas se faire connaître sur le marché, devant la concurrence américaine ou européenne. [Traduction]

THE TORONTO SUN

"Mais Radio-Canada est souvent excellente et mérite sa réputation internationale." [Traduction]

La pertinence d'un service public se mesure finalement à l'utilisation qu'en font les gens qu'il est censé desservir.

Pour la radio mono et stéréo française et anglaise, les sondages montrent que les stations de Radio-Canada obtiennent un très fort pourcentage de toute l'écoute de la radio au Canada et qu'elles reçoivent un appui extrêmement loyal.

À la télévision, malgré la concurrence et la fragmentation des auditoires qui ne cessent de s'accroître, les parts d'auditoire de la télévision anglaise de Radio-Canada sont restées remarquablement stables depuis trois ans et elles ont même augmenté aux heures de grande écoute.

En français, malgré l'introduction d'un nouveau service commercial, Télévision Quatre Saisons, la télévision de Radio-Canada a obtenu des parts de 37,5 pour cent pour toute la journée de diffusion et de 44,4 pour cent aux heures de grande écoute, durant la saison 1986-1987.

Dans n'importe quelle semaine, 82 pour cent des Canadiens anglophones et 89 pour cent des Canadiens francophones regardent au moins une émission de télévision de Radio-Canada.

Mais que dire de la qualité des émissions?

Le vrai test de toute entreprise, c'est la compétition, celle qui force à l'excellence comme nous le voyons en ce moment aux Olympiques à Calgary. En tant que radiodiffuseur, nous sommes en concurrence avec les meilleurs du monde et la collection enviable de prix nationaux et internationaux que nous glanons chaque année est une preuve suffisante de l'excellence de nos émissions.

Sur le plan national, Radio-Canada remporte régulièrement des prix dans toutes les catégories d'émissions. Très récemment, en 1987, nous avons obtenu 50 prix nationaux, dont les trophées Géméaux et Gémini.

Sur le plan international, les émissions de Radio-Canada ont été honorées par un OSCAR, des prix EMMY, le PRIX ITALIA et d'autres prix de grands festivals de film et de télévision du monde entier, 78 prix internationaux pour la télévision et 32 pour la radio en 1987 seulement. L'an dernier, la radio de Radio-Canada a reçu le prix George Foster Peabody pour une radiodiffusion de distinction et quatre premiers prix GABRIEL.

Que dire de la crédibilité de ses nouvelles et actualités, de la confiance qu'elles inspirent? Ce sont des sujets sur lesquels Radio-Canada est souvent attaquée.

Dans un sondage d'Environics réalisé en 1987, on a demandé aux Canadiens s'ils percevaient des préjugés dans les médias et si certains médias semblaient plus équitables et plus objectifs que d'autres.

Les résultats ont montré que les chaînes française et anglaise de Radio-Canada étaient de loin les réseaux canadiens de télévision en qui l'on avait le plus confiance. La Société a obtenu les cotes les plus élevées pour l'équité, l'exactitude et les analyses en profondeur.

Les députés conservateurs du Parlement accusent souvent Radio-Canada d'avoir un penchant libéral ou gauchisant. Or dans ce sondage, on a demandé aux gens lequel des réseaux était le plus objectif. Et 44 pour cent des Conservateurs ont répondu que c'était Radio-Canada; 41 pour cent de Néo-démocrates et 37 pour cent de Libéraux pensaient également ainsi.

Le sondage d'Environics concluait que, parmi les télévisions du pays, Radio-Canada dépassait de loin les autres diffuseurs en ce qui concerne l'équité, l'exactitude et l'analyse.

On connaît aussi le cliché injustement tenace sur le manque d'efficacité de la Société, cliché qui se perpétue par habitude ou à cause d'une aversion invétérée pour Radio-Canada en tant qu'institution. Pour moi, il est absolument évident que la Société, compte tenu de son mandat particulièrement exigeant et divers, est tout aussi efficace et efficiente que la plupart des entreprises privées et des organismes gouvernementaux.

Les entreprises de transport, par exemple, sont jugées sur la fiabilité de leurs livraisons, qui doivent être faites à temps. Or, le fait que Radio-Canada assure constamment et ponctuellement la transmission de presque 140 000 heures de programmation par année, dans deux langues, sur six réseaux qui couvrent le deuxième plus grand pays du monde, au moyen d'un système complexe de distribution par satellite, micro-ondes et émetteurs, dans six fuseaux horaires, voilà qui peut être considéré à juste titre comme une réalisation de gestion des plus remarquable. Une prouesse organisationnelle que l'on tient un peu trop pour acquise.

Les coûts ont, bien entendu, une grande importance. Je dois souligner ici que Radio-Canada a, depuis 1985, planifié et effectué une réduction de personnel représentant plus de 100 millions de dollars, qui a entraîné l'élimination de plus de 1 500 postes et le licenciement de quelque 460 personnes sur un effectif de 12 000 employés, ce qui représente une proportion d'environ 12,5 pour cent.

Pour vous donner une idée de l'importance des licenciements à Radio-Canada, je me contenterai de dire que, par comparaison, l'ensemble du gouvernement fédéral n'a éliminé que 10 000 postes et licencié 400 fonctionnaires sur 225 000, soit une proportion de 4,4 pour cent.

Durant cette période, la plupart des services destinés au public ont été maintenus et toutes les stations de Radio-Canada sont restées en service.

Parallèlement, nous avons renégocié 29 conventions collectives avec 23 groupements négociateurs, sans perturbation majeure. Cette performance se compare favorablement avec celle de n'importe quel organisme gouvernemental ou entreprise commerciale du Canada.

N'oublions pas que nous avons négocié ces nouveaux contrats à un moment où le gouvernement fédéral et le CRTC nous demandaient d'accroître substantiellement notre collaboration avec les producteurs indépendants, une question préoccupante pour bon nombre de syndicats.

Après nous être engagés, dès 1983, à ouvrir la programmation de Radio-Canada aux productions de l'extérieur, nous avons investi au total 75 millions de dollars dans des projets avec Téléfilm, en français et en anglais, pour des productions dont la valeur s'élève à 370 millions de dollars. La part du financement de Radio-Canada a été

possible non pas grâce à l'augmentation des crédits gouvernementaux, mais grâce à la réduction des dépenses générales, la réaffectation des fonds de production et l'augmentation des recettes publicitaires. Une autre preuve de notre efficacité.

Quelques mots au sujet des recettes publicitaires. Le gouvernement insiste pour que Radio-Canada augmente ses recettes publicitaires de façon à pouvoir réduire le financement public. Qu'avons-nous fait à ce sujet? Entre 1984 et 1987, les recettes publicitaires brutes de Radio-Canada sont passées de 179 millions à 239 millions de dollars, une hausse de 33 pour cent. Pour l'année courante, nous prévoyons que nos recettes publicitaires brutes atteindront quelque 287 millions de dollars, soit 20 pour cent de plus que l'an dernier. Ces recettes ont augmenté à un rythme beaucoup plus rapide que celles du secteur privé.

Je souligne seulement ici que nous réussissons en affaires lorsqu'il le faut. Nous ne pourrions tout simplement pas fonctionner sans ce fort taux de recettes commerciales en ce moment. Mais certaines importantes considérations de principe méritent d'être précisées ici. Je pense, en effet, que d'un point de vue de politique des programmes, Radio-Canada ne devrait pas avoir à dépendre autant des recettes publicitaires.

Quant aux émissions, elles sont produites à un coût compétitif. Le Groupe de travail Caplan-Sauvageau sur la politique de la radiodiffusion a cherché à savoir, si, comme on l'affirme fréquemment,

les productions maison de Radio-Canada coûtent effectivement plus cher que les productions indépendantes comparables et la réponse a été négative.

Radio-Canada réussit à gérer une des caisses de retraite les plus importantes du Canada, dont l'actif s'élève à presque 1,5 milliard de dollars.

Vous avez sans doute entendu parler de nos problèmes de comptabilité, il y a environ un an et demi. Je suis heureux de dire que la question a été réglée assez rapidement. Dans son rapport à la Chambre des communes en octobre 1987, le Vérificateur général qualifiait le plan de redressement de la Société de "succès", et ajoutait que les mesures prises par la SRC lui avaient permis "de stabiliser avec succès les composantes actuelles du Système financier national, de redresser ses états financiers au 31 mars 1986 et de rétablir des registres comptables appropriés".

On entend souvent dire que Radio-Canada doit rendre des comptes. C'est évident. Mais à quel point exactement?

Et bien, il se pourrait bien que ce soit l'organisme du monde qui rende le plus de comptes dans le secteur des affaires ou du gouvernement.

Vous voyez ici sur cette table une pile de documents qui mesurent 56 centimètres -- 2¼ pieds à peu près. Ce ne sont là que quelques-uns des sommaires, réponses et rapports que Radio-Canada a dû présenter au cours des dix-huit derniers mois aux ministères, aux comités parlementaires, aux députés et au CRTC.

Pour commencer, Radio-Canada est bien sûr responsable devant vous, ses actionnaires. Nous recevons plus de 260 000 lettres et quelque 700 000 appels téléphoniques par an. Nous prenons note des suggestions et plaintes des divers groupes d'intérêt public, notamment les organisations de femmes et d'autochtones, les conseils publicitaires et les associations francophones, et nous prenons les mesures voulues au besoin. Les députés demandent fréquemment des renseignements détaillés sur l'exploitation de Radio-Canada en inscrivant des questions à l'ordre du jour, et la Société répond à plus de 1 000 lettres de leurs bureaux chaque année.

Le gouvernement doit approuver l'orientation politique générale de Radio-Canada et nomme les membres de son conseil d'administration, qui sont responsables de la mise en oeuvre des plans et des objectifs convenus.

Des réunions ont régulièrement lieu avec le ministre des Communications. Radio-Canada présente chaque année un plan

d'entreprise au ministre et au Conseil du Trésor. Le budget est fixé par le gouvernement et approuvé par le Parlement.

La Société comparait régulièrement devant le Comité parlementaire des communications et de la culture. Le Comité des comptes publics vérifie également nos dépenses. La Société fait l'objet d'examens de la part d'organismes nommés par le gouvernement, notamment de commissions d'enquêtes, de comités parlementaires et spéciaux, et de groupes de travail.

Radio-Canada est également tenue de rendre des comptes en vertu d'autres politiques et lois, notamment la Loi sur les langues officielles, la Loi sur l'équité en matière d'emploi et le Conseil canadien des relations du travail.

Nous sommes responsables devant le CRTC en ce qui concerne nos permis d'exploitation et nos promesses de réalisation. Le CRTC tient d'importantes audiences consacrées exclusivement aux services de la radio et de la télévision de Radio-Canada, ou à des questions fondamentales de politique. Depuis 15 mois, la Société a passé à peu près 35 jours à participer à des audiences du Conseil qui portaient sur le renouvellement des permis d'exploitation de ses réseaux de télévision et de radio, et sur sa demande d'une chaîne d'information.

En rapport avec ces comparutions et d'autres projets comme le plan de la radio en Colombie-Britannique, Radio-Canada a dû faire des recherches, préparer, présenter et publier littéralement des milliers de pages d'informations pertinentes.

Rendre des comptes n'est pas bon marché. Cela coûte très cher, au contraire. Mais nous acceptons de bon gré le prix qu'il faut payer pour que le public canadien sache toujours que la Société remplit convenablement le mandat que le Parlement lui a confié.

Voilà qui est dit.

Dans la dernière partie de cet exposé, j'aimerais parler de deux aspects des services de programmation pour illustrer les principes sur lesquels j'ai insisté dans la première partie.

Le premier aspect a trait à la radio et le deuxième à la télévision.

Le Conseil d'administration de la Société, que je préside, a adopté une position de principe énergique concernant la radio. À savoir, qu'il faut préserver les services de la radio de Radio-Canada en français et en anglais. L'appui que les Canadiens accordent à la radio de Radio-Canada est remarquable. Nous recevons de partout des témoignages qui nous disent qu'elle est l'une des meilleures du monde. Nous aimerions l'améliorer et lui donner davantage de ressources. Cela

n'est évidemment pas possible mais, tout au moins, nous devons prendre tous les moyens à notre disposition pour la protéger. Chaque fois que cela est possible, nous nous efforçons de l'améliorer.

Je vais vous donner un exemple de projets prévus pour la Colombie-Britannique.

Ce projet, que nous avons déjà annoncé, vise à améliorer le service de la radio vers Victoria, la "Sunshine Coast" et l'intérieur de la province. Nous espérons que le CRTC l'autorisera bientôt. (Voilà encore un autre exemple d'imputabilité!)

Deux problèmes nous préoccupent particulièrement en ce qui a trait à la radio de Radio-Canada en Colombie-Britannique. Premièrement, le fait qu'il n'y a pas de stéréo MF à Victoria, la capitale.

Deuxièmement, qu'il n'y a pas de service de radio régional dans de grands centres intérieurs comme Kamloops, Kelowna et Prince George -- des régions qui représentent presque un million d'habitants.

Il est difficile de résoudre ces problèmes lorsque les fonds sont rares. Paul Fraser, domicilié en Colombie-Britannique, et qui siégeait jusqu'à tout récemment au Conseil d'administration de Radio-Canada, a travaillé très fort avec notre vice-président de la radio anglaise,

Michael McEwen, et notre directeur régional Eric Moncur pour trouver une solution.

Puisqu'il n'existe nulle part de réserves de fonds, cela ne pouvait se faire qu'en réduisant les ressources existantes en Colombie-Britannique.

Comme Michael McEwen l'a dit lorsqu'il a annoncé ces mesures, "Toute médaille a son revers". La plupart des secteurs profiteront de la réaffectation des ressources, mais cela ne pourra se faire qu'en réduisant, quelque part, certaines activités. Dans ce cas, il s'agira de réduire la programmation locale à Prince Rupert, où Radio-Canada possède une station qui occupe une place relativement importante par rapport à l'absence de service ailleurs. Le plan prévoit la conservation d'un bureau à Prince Rupert, et l'ouverture de bureaux nouveaux à Prince George, Kamloops, Kelowna et Victoria.

La Société a déjà fait une demande au CRTC pour exploiter un émetteur stéréo MF qui amènera le service stéréo de Radio-Canada à Victoria et dans les régions avoisinantes qui ne le reçoivent pas en ce moment. De même, Radio-Canada ouvrira un bureau de nouvelles et d'information beaucoup plus important à Victoria afin que la programmation régionale et nationale de Radio-Canada donne une image plus complète des questions et des événements de la région, comme il convient à une capitale provinciale.

En plus de l'expansion du bureau de Victoria, nous ouvrirons des bureaux de production de nouvelles à Kelowna et à Prince George, auxquels contribueront les groupes de Kamloops et Prince Rupert.

Ces bureaux produiront des émissions du matin et autres émissions d'information pour les secteurs sud et nord de la province tout en contribuant à la programmation nationale et de la Colombie-Britannique.

Toutes ces améliorations seront réalisées sans dépenses d'équipement supplémentaires ni accroissement des coûts annuels d'exploitation, et elles devraient être terminées avant la fin de l'année si nous obtenons l'approbation du CRTC. Je dois faire remarquer, d'ailleurs, qu'il s'agit, encore une fois, d'un exemple de l'esprit de décision de notre Conseil d'administration et de l'efficacité de notre personnel.

Passons maintenant à la télévision. Dans la première partie, j'ai dit à quel point il fallait s'inquiéter de l'état de la télévision au Canada. Alors que la télévision commerciale peut jouer un rôle à cet égard, et c'est effectivement ce qu'elle fait, il ne peut y avoir de télévision canadienne sans télévision publique, sans Radio-Canada. Or, la télévision de Radio-Canada n'est pas suffisamment forte. Il faut la renforcer. Il faut canadianiser la télévision anglaise de Radio-Canada. Et vite.

En raison de l'expansion envahissante et irrésistible de la télévision américaine, la télévision anglaise de Radio-Canada se trouve dans une situation très alarmante. Je pense que l'on peut réellement parler de crise. Il s'agit d'un moment des plus critique pour la télédiffusion canadienne. Un moment crucial. Il faut absolument réagir immédiatement.

Et pourtant, nous avons un sérieux problème de ressources. Il en coûte environ dix fois plus cher de produire une émission canadienne que d'acheter une production américaine comparable. Par contre, le pouvoir d'achat des crédits gouvernementaux n'a pas augmenté depuis plusieurs années; il a même diminué en dollars réels. Dans ces conditions, que pouvons-nous faire? Les responsables de la télévision anglaise ont décidé de faire quelque chose. Ils ont entrepris une énorme tâche à laquelle participe une centaine de réalisateurs et gestionnaires sous la direction de notre vice-président de la télévision anglaise, Denis Harvey, et qui comprend nos directeurs régionaux et leur personnel.

Ils ont proposé au Conseil d'administration, qui a accepté, une réaffectation majeure des ressources de la télévision anglaise dans les régions et au réseau dans le but de canadianiser rapidement les dramatiques.

Dans l'ensemble, nous voulons atteindre dans les trois prochaines années l'objectif de 95 pour cent de teneur canadienne aux heures de

grande écoute et de plus de 90 pour cent dans toute la grille-horaire. D'ailleurs, les choses ont déjà changé. Dans la saison courante, pour la première fois dans ses annales, la télévision de Radio-Canada diffusera aux heures de grande écoute davantage de dramatiques produites au Canada qu'aux États-Unis.

La plupart des nouvelles dramatiques seront produites à l'extérieur de Toronto et du Canada central. On verra également davantage de programmation de divertissement et d'émissions pour les enfants d'âge préscolaire.

Il y aura davantage de coproductions et une plus grande productivité à tous les niveaux.

Plus de 20 millions de dollars actuellement consacrés à l'achat d'émissions américaines seront réaffectés aux productions canadiennes. Dans les trois ans, les contributions des régions à la grille-horaire auront augmenté des 26 pour cent actuels à plus de 40 pour cent, grâce à la réaffectation d'une partie des budgets régionaux et à l'injection de fonds supplémentaires.

Bien entendu, la teneur canadienne en soi n'est pas suffisante. Au cours des années, la télévision canadienne a eu bien du mal à concurrencer certaines émissions commerciales américaines flamboyantes et bien léchées. Mais Radio-Canada et les producteurs indépendants de

notre pays ont démontré que -- à condition de disposer de suffisamment de ressources -- les Canadiens peuvent produire des émissions populaires de grande qualité qui sont à la hauteur des émissions concurrentes aux heures de grande écoute.

Il est possible de produire des dramatiques canadiennes de haut calibre, cela ne fait aucun doute. Et le double objectif des prochaines années sera de produire davantage d'émissions canadiennes, de qualité plus soutenue.

Le développement de scénarios et d'émissions-pilotes constitue le pivot de ce plan. Radio-Canada investira au moins 2,5 millions de dollars annuellement pour trouver des idées de scénarios à partir desquels nous produirons des émissions pilotes. Cet investissement représente plus de deux fois le montant de ce que le réseau anglais de télévision a jamais dépensé en développement des émissions. Il s'agit d'une augmentation énorme par rapport au financement consacré à ce domaine au cours des dernières années, où les fonds destinés au développement étaient devenus presque nuls.

Nous devons également raffermir la télévision française de Radio-Canada. Les faibles budgets des émissions du côté français me préoccupent particulièrement.

Nos auteurs et réalisateurs se sont montrés extrêmement ingénieux au cours des années, ils ont trouvé des techniques qui ont permis de réaliser des séries dramatiques incroyablement populaires à des coûts remarquablement faibles.

Dans la saison actuelle, la grille-horaire du réseau français comporte quatre heures et demie par semaine de dramatiques produites par Radio-Canada. Certaines de ces séries attirent régulièrement plus d'un million de téléspectateurs et parfois plus de deux millions. Certains épisodes des DAMES DE COEUR et de L'HÉRITAGE, par exemple, obtiennent des parts d'auditoire de 50 pour cent ou plus de tous les téléspectateurs francophones. Proportionnellement, il s'agit d'une performance aussi bonne ou même meilleure que les séries américaines les plus regardées. Au Canada, THE COSBY SHOW obtient en moyenne une part de 51 pour cent, DIFFERENT WORLD, 41 pour cent et SUNDAY DISNEY, 33 pour cent.

Mais les faibles budgets nous obligent à réduire les sommes consacrées à la production de ces émissions, ce qui limite les auteurs et les réalisateurs de façon inacceptable et prive les auditoires d'un produit qui pourrait être d'une qualité culturelle supérieure.

Nous procéderons à la canadianisation de nos émissions au réseau anglais le plus rapidement et le plus vigoureusement possible, malgré

le grave manque à gagner qui nous menace encore en 1988-1989, en raison de l'inflation et de certaines réductions budgétaires.

Nous avons espéré obtenir une augmentation importante de nos crédits d'exploitation dont nous avons grand besoin pour 1988-1989. Le supplément qui nous est accordé compensera partiellement les hausses de coûts inévitables prévues, comme les augmentations des salaires et des redevances. Mais d'autres hausses inévitables, notamment celles dues à l'inflation des biens et services et à des taxes nouvelles ne sont toujours pas financées. Il nous faudra trouver de l'argent.

Nous sommes décidés à remédier par nous-mêmes à ce manque à gagner, au moyen d'économies internes et de réaffectations de fonds.

Nos prévisions des recettes commerciales pour 1988-1989 sont très bonnes. Nous apprécions le fait que la ministre des Communications, l'honorable Flora MacDonald, et le Conseil du Trésor permettent désormais à Radio-Canada de conserver toutes ses recettes commerciales. Par conséquent, nous sommes prêts à franchir une étape audacieuse et importante pour atteindre les objectifs que nous avons énoncés. Nous devons chercher à montrer de quoi les créateurs canadiens seraient capables s'ils en avaient réellement les moyens.

Après tant d'études, d'enquêtes, de rapports, de groupes de travail, de comités et de commissions, nous espérons encore que l'on prendra

rapidement des mesures décisives pour permettre à Radio-Canada de réaliser au moins l'objectif fondamental suivant : un service de radiodiffusion public, c'est-à-dire une Société Radio-Canada, qui reflète véritablement l'immensité et la variété de notre pays et renforce également sa confiance en lui-même et en son avenir.



**Introductory Remarks
by Pierre Juneau
President of the CBC**

Standing Committee on
the Status of the Disabled

April 21, 1988

Mr. Chairman and Members of the Committee:

I'm pleased to be here today with my colleagues to tell you something of what the CBC is doing in a very sensitive and important area of human rights.

Anyone who has experienced disability personally, or in family members or friends, understands what it can mean -- knows the hurt and frustration felt by someone who is competent but who can't find a job, or can't be independent, because of being disabled.

Society as a whole has not always shown the same understanding. But fortunately, for a number of years we have been witnessing a change in attitude--a change of which the CBC has been a part.

If I may I would like to provide one example. On Street Legal recently there was an episode about two young people, both mentally retarded, who went to court to show that they were capable of looking after themselves. The young actor who played one of these roles has Down's Syndrome. This was not his first acting experience. He also appeared several years ago in another TV drama, and then in a documentary program about his own life--a program which later won many international awards. The young woman who played opposite him in Street Legal is developmentally handicapped. She had not acted before, but was specially chosen for the role, and her performance was very warmly received.

There was a time when such things would not have been thought possible, either on television or in real life. But as I said, society is changing. We now recognize disabled people as individuals, with talents they are eager to use, and abilities we can all benefit from. We are beginning to acknowledge their right to participate in the ordinary, everyday things that occupy us all: having a job, getting around, communicating with others, being part of the community at large.

In the CBC we are working to establish this same kind of society or culture, supported by appropriate policies.

Looking first at the subject of employment:

The CBC's formal policies on employment equity have developed over a number of years. As part of a general review of its employment practices in 1974, the CBC appointed a Task Force on the Status of Women. That led to the creation of an Office of Equal Opportunity, which was especially concerned with equitable career opportunities for women in the CBC. In 1978, a corporate policy was issued which applies to all employees and provides for equal opportunity of employment without regard to such factors as race, national or ethnic origin, colour, religion, sex, or physical handicap.

Further steps have been taken since 1986, to meet the obligations created by the Employment Equity Act, which, as you know, is concerned with four designated groups: women, aboriginal peoples, visible minorities and the disabled. Briefly:

We appointed an Employment Equity Co-ordinator to direct the collection of work force information in the CBC and the development of programs to adjust or improve our employment practices in line with the Act.

We have been revising our equal opportunity policy to be sure that it reflects the requirements of the Act.

We have distributed an employment equity questionnaire to all our employees. Response had to be voluntary, and the return rate has been about 54%.

I should mention that in spite of our reassurances, some employees are not prepared to classify themselves as disabled. Some of them may feel that by drawing attention to their disability they will appear less qualified, and thus put their careers in jeopardy. They may have worked hard to overcome their disability or they may feel that it's not relevant to their job. Until they feel comfortable about declaring themselves, CBC figures will not show as many disabled employees as we know we have. We do believe that we are meeting the Treasury Board guidelines.

I might add that the attitude in the CBC toward these disabled employees is a generous and supportive one. There is a feeling of spontaneous acceptance on the part of their colleagues and a great willingness to provide special help if it is needed--technical aids, for example, to assist the visually impaired.

What may prove to be more difficult is recruiting new disabled staff from outside the CBC. Making contacts, attracting applicants, sometimes finding extra resources--all require additional time and effort by our staff across the country. But certainly we are taking initiatives in this direction.

Turning now to the disabled people we serve, as well as those we employ, there are several ways in which we try to recognize their needs. Again, very briefly:

Access to CBC premises is being improved. We estimate that all our owned and leased buildings will become accessible to the disabled over the next two or three years as we gradually make capital improvements, assuming no special funding. Renovating elevators will take longer, perhaps four to six years: it's the most expensive item.

We have installed TDD equipment--Telephone Device for the Deaf--at our Montreal and Toronto offices and our Head Office in Ottawa to enable hearing-impaired people to call the CBC for program scheduling or other information.

Closed captioning has been greatly expanded on CBC television programs since it was started in 1981. Captioning costs have come down over the years, making it possible to provide more captioned programs without increasing our expenditures.

We now have between 12 and 15 hours a week of captioned programs on our French and English networks--much of this in prime time entertainment--plus our weeknight news programs, Téléjournal and The National. We'll be experimenting soon with "real time" captioning on some live sports events, and we'll be looking at the possibility of at least some captioning for the Seoul Olympics.

We also included plans for captioning or signing in our application for an English-language news and information channel. And on our National Satellite Channel, as you know, we provide English and French signing of the daily Question Period from the House of Commons.

To return to programs, what policies do we follow in representing the disabled on CBC radio and television?

In our view, disability should be presented as a natural aspect of daily life, not set apart in programming "ghettos".

In a recent sampling of our information programming there was a wide variety of news reports and other items having to do with disabled people: subjects ranging from "kitchen gadgets for the physically challenged" to the outstanding achievements of Rick Hansen.

In drama, I mentioned the recent example of Street Legal. We also find disabled characters or actors in programs like Lance et Compte and Des dames de coeur. We find children's programs which touch on the subject. We find coverage of the "Special Olympics" for the disabled. In all these program references, and in commercials and public service announcements, we make it a matter of policy to avoid stereotypes and generalizations. I think our record is a good one.

Thank you for letting me present this brief outline of our position. We will be pleased to answer your questions.



**Remarques liminaires
de Pierre Juneau, président
Société Radio-Canada**

Comité permanent sur la condition
des personnes handicapées

Le 21 avril 1988

Monsieur le président, Mesdames et Messieurs membres du comité,

C'est avec plaisir que je me trouve ici aujourd'hui avec mes collègues pour vous parler de ce que Radio-Canada fait dans un domaine très délicat et important des droits de la personne.

Quiconque a fait l'expérience d'une déficience, soit personnellement, soit dans sa famille ou parmi ses amis, sait ce que cela veut dire de peines et de frustrations pour celui ou celle qui, quoique parfaitement compétent, est incapable de se trouver un emploi ou d'être autonome en raison de sa condition.

La société dans son ensemble n'a pas toujours eu cette compréhension. Heureusement, depuis un certain nombre d'années, nous constatons un changement d'attitude, y compris à Radio-Canada.

Permettez-moi de vous en citer un exemple. Récemment, un épisode de Street Legal était consacré à deux jeunes gens, tous les deux déficients mentaux, qui ont dû aller en cour pour montrer qu'ils étaient en mesure de subvenir à leurs propres besoins. Le jeune acteur a le syndrome de Down. Il n'en était pas à son premier rôle et avait déjà joué il y a plusieurs années dans une autre dramatique télévisée, puis dans un documentaire sur sa propre vie -- une émission qui a obtenu par la suite de nombreux prix internationaux. Sa jeune partenaire dans Street Legal a une déficience du développement. Elle n'avait encore jamais joué, mais elle a été spécialement choisie pour ce rôle et sa performance a été chaleureusement accueillie.

Il fut un temps où ce genre de choses n'aurait pas été possible, que ce soit à la télévision ou dans la vie réelle. Mais, comme je l'ai dit, la société évolue. Nous reconnaissons désormais les personnes handicapées comme des individus à part entière, des êtres possédant des talents qu'ils sont impatients d'utiliser et des aptitudes dont ils veulent nous faire bénéficier. Nous commençons à reconnaître leur droit à participer aux choses ordinaires de la vie quotidienne qui nous occupent tous : trouver un travail, se déplacer, communiquer, faire partie de la communauté en général.

À Radio-Canada, nous prenons des dispositions pour instaurer ce même genre de société ou de culture, y compris l'adoption de politiques appropriées.

Voyons d'abord la question de l'emploi :

Les politiques officielles de Radio-Canada sur l'équité en matière d'emploi ont évolué au cours des années. Dans le cadre de son examen général de ses méthodes d'emploi en 1974, la Société nommait un Groupe de travail sur la situation de la femme. Peu après, était créé un Bureau de l'égalité des chances, qui s'intéressait plus particulièrement à l'équité en matière de carrière pour les femmes à Radio-Canada. En 1978, nous avons énoncé une politique générale s'appliquant à tous les employés et préconisant l'équité en matière d'emploi, quelle que soit la race, l'origine nationale ou ethnique, la couleur, la religion, le sexe ou le handicap physique.

Nous avons pris d'autres mesures depuis 1986 afin de respecter les dispositions de la Loi sur l'équité en matière d'emploi qui, comme vous le savez, porte sur quatre groupes désignés : les femmes, les autochtones, les minorités visibles et les personnes handicapées.

Brièvement :

Nous avons nommé une coordonnatrice de l'équité en matière d'emploi, chargée de diriger la collecte d'informations sur le personnel de Radio-Canada et d'élaborer des programmes permettant d'adapter ou d'améliorer nos méthodes de dotation conformément à la Loi.

Nous avons révisé notre politique sur l'égalité des chances de manière à s'assurer qu'elle répond bien aux exigences de la Loi.

Nous avons distribué un questionnaire sur l'équité en matière d'emploi à tous nos employés. Les réponses devaient être facultatives et le taux de réponse a été de 54 pour cent.

Je devrais souligner qu'en dépit de nos efforts pour les rassurer, certains employés ne sont pas prêts à se déclarer comme handicapés. Certains peuvent estimer, en effet, qu'en attirant l'attention sur leur handicap, ils apparaîtront moins qualifiés et pourraient ainsi compromettre leur carrière. Ils peuvent faire beaucoup d'efforts pour surmonter leur handicap ou penser que cela n'est pas pertinent à leur travail. Tant qu'ils auront du mal à se déclarer comme tels, les chiffres de Radio-Canada ne montreront pas autant d'employés handicapés que nous en avons en réalité. Nous croyons que nous respectons effectivement les directives du Conseil du Trésor.

Je dois ajouter qu'à Radio-Canada, il existe une tradition de générosité et de solidarité à l'égard du personnel handicapé. Celui-ci est accepté spontanément et on lui procure volontiers l'aide requise, comme de l'équipement technique, par exemple, dans le cas d'un employé atteint de déficience visuelle.

Il pourrait être plus difficile, par contre, de recruter de nouveaux employés handicapés. Établir des contacts, attirer des candidats, trouver parfois d'autres ressources, tout cela exige du temps et des efforts supplémentaires de la part de notre personnel dans tout le pays. Malgré tout, nous prenons des mesures dans ce sens.

En ce qui concerne les personnes handicapées que nous desservons, tout comme celles que nous employons, nous essayons de tenir compte de leurs besoins de plusieurs façons.

À nouveau, très brièvement :

Nous améliorons l'accès à nos locaux. Nous estimons que tous nos bâtiments seront accessibles aux personnes handicapées au cours des deux ou trois prochaines années, à mesure que nous améliorerons nos installations, en supposant que nous ne recevrons pas de financement particulier à cette fin. La rénovation des ascenseurs prendra plus longtemps, peut-être quatre à six ans, car il s'agit de l'élément le plus coûteux.

Nous avons installé des dispositifs téléphoniques pour les malentendants à nos bureaux de Montréal et de Toronto, et au siège social à Ottawa, pour leur permettre d'appeler Radio-Canada et obtenir des renseignements sur les grilles-horaires ou autre.

Depuis sa création en 1981, le sous-titrage codé s'est considérablement étendu à la programmation télévisée de Radio-Canada. Les coûts ont diminué au cours des années, ce qui a permis d'offrir davantage d'émissions sous-titrées sans accroître les dépenses.

Nous avons maintenant entre 12 et 15 heures par semaine d'émissions sous-titrées, aux réseaux français et anglais. La plupart sont des émissions de divertissement diffusées aux heures de grande écoute, en plus de nos émissions d'information en semaine, le Téléjournal et The National. Nous allons commencer bientôt l'expérience d'un sous-titrage "en temps réel" pour certains reportages sportifs en direct et nous envisageons la possibilité de certains sous-titrages pour les Jeux Olympiques de Séoul.

Nous avons également incorporé des projets de sous-titrage ou de langage gestuel dans notre demande de chaîne d'information de langue anglaise. Et, à notre chaîne nationale par satellite, comme vous le savez, nous offrons une interprétation en langage gestuel en français et en anglais de la période des questions à la Chambre des communes.

Pour en revenir aux émissions, quelles politiques suivons-nous pour représenter les personnes handicapées à la radio et à la télévision?

À notre avis, le handicap doit être présenté comme un aspect naturel de la vie quotidienne et ne pas être réservé à des émissions "ghettos".

Dans un récent échantillonnage de notre programmation d'information, bon nombre d'émissions et de reportages traitaient de personnes handicapées : des sujets allant de "gadgets pour la cuisine à l'intention des personnes ayant une déficience physique", aux exploits de Rick Hansen.

Pour les dramatiques, j'ai déjà cité l'exemple récent de Street Legal. Nous avons également des personnages ou des acteurs handicapés dans des émissions comme Lance et compte et Des dames de coeur. Certaines émissions pour enfants abordent le sujet. Nous avons des reportages sur les "Jeux Olympiques spéciaux" pour les personnes handicapées. Dans toutes ces émissions, et dans les publicités et les annonces de service public, nous avons pour politique d'éviter les stéréotypes et les généralisations. Je pense que nous faisons du bon travail dans ce domaine.

Je vous remercie de m'avoir donné l'occasion de présenter ce bref exposé de notre position sur le sujet. C'est avec plaisir que nous répondrons à vos questions.



**Introductory Remarks
by Pierre Juneau
President of the CBC**



House of Commons Committee on
Communications and Culture

May 12, 1988

In my introductory statement I will not be discussing specific figures for our 1988/89 estimates. These have already been tabled with you, and it would be a better use of the committee's time to provide a brief outline of the policy orientation of the Board of the CBC which I represent here today, together with my colleagues Mrs. Mairuth Sarsfield and Mr. William Neville.

For 50 years, the very first element of broadcasting policy in Canada has been the central position of the CBC.

More recently, your committee, Mr. Chairman, has stated: "The importance of the CBC in Canadian broadcasting is beyond question... Despite the many changes that have occurred since the early beginnings of broadcasting in Canada (...) the CBC remains essential to Canadian life."

As for the Minister of Communications, the Honourable Flora MacDonald, she said to your committee last September: "We all agree [the CBC] is the heart of Canadian programming... The CBC is central to broadcasting policy in Canada. It was when first established -- by a conservative government I might add -- and remains so today."

And the present Broadcasting Act specifies that there shall be a "national broadcasting service". It goes on to say that if conflict arises between the public and private elements of the Canadian broadcasting system, it shall be resolved in the public interest and paramount consideration shall be given to the objectives of the national broadcasting service. The Board of Directors of the CBC believes it is important that this provision be reaffirmed, and even strengthened, in any new legislation or policy.

This central or paramount position of national, public broadcasting is, in the Board's view, critical if Canada's broadcasting system is to continue to meet future challenges. The national broadcasting service must not be eroded. It must be strengthened.

Public control over broadcasting in Canada -- and a public component at the heart of the system -- were established to ensure our ability, as a nation, to speak to each other in a clear voice, in spite of the overwhelming presence in Canada of American commercial entertainment and information.

Sovereignty over our own airwaves today is considerably more threatened than it was when public broadcasting was created in this country by the Bennett Government, and the CBC's services now constitute a relatively smaller proportion of total available services than they did in the early days of the Corporation.

The natural barriers of distance and geography have been bypassed by satellite distribution, by the brush-fire spread of cable television, by the stunning speed with which VCRs have penetrated our homes. These developments have exacerbated the Canadian dilemma. They have intensified the U.S. presence to a degree that was virtually unimaginable when the Bennett Government legislated in the 1930s. They were not even fully contemplated in 1968, when the current Broadcasting Act was adopted.

The reasons for public broadcasting today therefore remain essentially unchanged since the Aird Commission first identified them six decades ago. And the increasingly complex and changing broadcasting environment requires a CBC that is readily able to adapt to changing circumstances, in order to cope with a cultural challenge that is even greater than it was 50 years ago.

In television, the private sector can and does play a role, but, given the ever increasing problem of audience fragmentation, it seems clear that a strong Canadian television cannot exist without vigorous, healthy public television -- without the CBC. CBC television, English and French, must be strengthened.

In "LET'S DO IT", the CBC's submission to the Federal Task Force on Broadcasting Policy, we also pointed to the need for more "performance" programming -- shows from all across Canada, from the regional theatres and arts centres of the nation -- as a way of extending the reach of these important cultural institutions.

CBC television schedules should be more distinctive. They should be more distinctive by their Canadian character and also by presenting more programs of lasting value. There is a great deal of theatrical, musical and dance activity in this country. CBC audiences, which are very large, would certainly enjoy seeing and hearing more of these performances. This is not, however, an inexpensive form of programming. Quite the contrary.

It was in order to do more of this kind of programming that the CBC some years ago proposed the establishment of CBC-2. This objective has not been realized. However, a lot more could be done on the present television networks -- English and French -- with adequate resources. The advantage would be as mentioned before, that the present networks have a large following, namely 25 per cent of the total Canadian audience, and therefore such programming would reach a large number of Canadians.

With the Board's approval, the English television network has already undertaken very important improvements to the service, involving both network and regional operations. The objective, as you know, is to further Canadianize the schedule. Overall, we want to achieve, within the next three years, a goal of 95 per cent Canadian content in prime time and more than 90 per cent across the entire schedule. The process is already being undertaken by a significant measure of internal economies, resource redirections and increased advertising revenue.

The urgent and vital need in French television is to enrich and improve program quality. Our principal concern is with the low level of individual program budgets -- in almost all cases smaller than the budgets for comparable productions on the English side. Cost cutting throughout the CBC over the last few years has reduced all budgets. But, in the case of French television, the fact that the base was lower to begin with has created an even more pressing situation -- one that needs to be redressed rapidly.

This problem is clearly illustrated by the case of the téléromans. While our writers and producers have been very ingenious over the years, developing program techniques that have resulted in extremely successful drama series at remarkably low cost, these low budget levels have taken their toll, forcing a reduction of the production values of those programs by imposing severe restraints on writers and producers. Our creators and outside observers agree that our French audiences are entitled to programs of equivalent quality whether they are on one network or the other.

There should be a significant enrichment of drama production; significant re-enforcement of news and information programming; and an increase in regional contributions to the network.

The answer, of course, is not a reduction of the budgets of English language programming. Considering the overall budget levels of the CBC, the Corporation considers that the allocation of funds among the various services has been fair over the years and is still fair. Nonetheless, budget levels for many French language programs in both drama and information are inadequate. The harsh reality is that the reductions made over the past few years mean that virtually no activity of the Corporation can now be funded at the expense of another.

People who want a particular additional service from the CBC often say that with its large budget, the CBC could certainly handle the particular addition that they want. This view might be valid if there were only one or two specific demands or needs. However, we have a list of such requests or demands or needs amounting to hundreds of millions of dollars.

Over the past three years, the Corporation has been able to allocate only inflationary increases to its English and French radio services. In effect, their budgets have remained static.

The Board has determined that the minimum we must do is to protect radio from present budget restrictions. If the Corporation should receive additional funds, of course, we would want to improve radio, both in French and in English.

More is expected of CBC radio, as the CRTC's recent decisions renewing our network licences make clear, and as audiences continue to remind us.

Now, a few remarks about the regions. As part of the English television network's Canadianization process, more than 40 per cent of the programming to be broadcast on the national network will henceforth be produced in the regions.

English radio already relies on regional centres for about 60 per cent of its programs. The provision of a local/regional news and information service at the regional station level also assures regional audiences of a service that addresses their needs specifically. We hope the development of storefront radio operations will permit us to bring local/regional CBC service to additional audiences in the future.

At a minimum, the objective on the English side is to maintain and improve, as resources make possible, the reflection of all regions in the national television and radio services.

The situation of the CBC's French-language services to the regions is more difficult. While the primary audience to those services resides within Quebec, more than 12 per cent of the potential audience to the CBC's French-language services now lives outside Quebec. To meet the broadcasting needs of this audience, there are two principal challenges: the improvement of coverage to reach all communities outside Quebec with 500 or more French-speaking residents; and the need to fund and develop more regional programs for broadcast both within the regions and across the networks. Recent developments in the West have shown how important the CBC's contributions are in this regard.

It is important to remember a situation that French speaking minorities rightly emphasize, namely that CBC radio and television is often the only strong cultural support they have.

At the request of the CRTC, we are now completing a study of the needs of French television services outside Quebec and the CRTC has requested a similar study for radio. The findings and conclusions thus far indicate that the demands vastly exceed present resources. It must be borne in mind that meeting the demands in this respect will, once more, provoke the dilemma of competing funding priorities.

The Corporation now provides northern radio and television broadcasts, in English, French and a number of native languages, throughout much of the Canadian North and the area known as mid-Canada. At times, part of the distribution system is shared with native broadcasters who produce and broadcast additional programming. The mandate to do this springs from that section of the Broadcasting Act which exhorts the CBC to serve "the special needs of geographic regions".

The Corporation believes that the provision of -- and access to -- a greater variety of northern broadcasting is necessary, if we are both to serve northern communities and to reflect their interests and concerns to the rest of Canada. It is on this basis that the Board of Directors endorses plans to establish a dedicated northern satellite transponder.

Of course, program production is only the first link in the communications chain. The second, and equally vital link, is distribution or the ability to make those programs available to audiences.

Because distribution is so essential, the Board is concerned about some ideas now in circulation which tend to oversimplify this question and overlook basic realities.

For example, there is the suggestion that CBC might sell its owned-and-operated facilities to private interests. Thus "liberated" from the expense of establishing and maintaining costly hardware, so the argument goes, the CBC will finally be free to pursue the primary purpose for which it was created: the production of Canadian programs for Canadian audiences. At the same time, the CBC is criticized by the legislature of the Province of New Brunswick because it does not have an English owned-and-operated television station in that Province.

The Board agrees in principle with the view of the New Brunswick legislature and believes all Canadians are entitled to equivalent services from the national public broadcaster as funds become available. Most privately-owned stations affiliated with the CBC simply do not carry the full CBC service that is available to them. This is why the CBC has moved, in recent years, to replace a number of affiliates where it makes economic sense.

Another suggestion is that the CBC change its distribution method and move to cable instead of the traditional over-the-air broadcast. Again, in the opinion of the Corporation, this is a notion which ignores reality. The fact is that, for basic services as compared to specialty services, the present infrastructure of satellite, microwave, land line and transmitter links remains the means of program delivery to the maximum potential audience. Of course, the CBC should make full use of new technologies in the case of specialty services, for instance.

The Corporation further believes that all Canadians of either official language should have immediate access to basic CBC services, regardless of the availability of cable service, and whether or not they choose to or can afford to subscribe.

Only 68 per cent of households actually subscribe to cable. No matter what progress cable makes in the years ahead, it seems reasonable to project that there will remain a significant number of consumers who, for financial and other reasons, will not subscribe or will be physically unable to subscribe. And, certainly, it is the Corporation's experience that while Canadians appreciate the benefits of cable service, they also believe that they are entitled to receive CBC basic services, radio and television, at no charge. Finally it is the Corporation's experience, as well as that of the CRTC, and must be yours too, that even small groups of Canadians object vigorously -- and voice their protests very strongly -- whenever they feel deprived of a broadcasting service to which they feel entitled.

The CBC receives hundreds of letters each year from the public, from Members of Parliament, from Provincial Premiers, Members of legislative assemblies and mayors petitioning the CBC to provide full service of one kind or another into areas where it is not available. But the capital cost of extending service to all remaining unserved areas is high. And that cost does not take into account obsolescence problems and adequate financing of aging transmission and operating equipment.

Nowhere is this funding problem more evident than in the extension of CBC stereo services across the country. Although more than a decade has passed since the first FM licence was issued to the Corporation, FM stereo service is still unavailable to approximately 25 per cent of the population in either language group. And the prospects for any immediate and meaningful increase in that coverage are grim.

In its recent renewal of the CBC's radio network licences, the CRTC noted that the CBC has been unable to act on some 19 licences approved by the Commission in recent years. In all but two cases, these projects cover the period from 1984 to the present, when budget cuts stalled the slow but steady progress of the Corporation in redressing coverage deficiencies through its annual capital allocations. The fact is, however, that the CRTC expects the CBC to implement all 19 projects within the present three-year licence term. At the same time, the Commission expects the CBC to apply for extension of service to other unserved areas.

The irony of the conflicting demands that are placed on the Corporation is again underscored in this recent CRTC decision. On the one hand, the CRTC, the federal regulatory body duly charged with the implementation of the broadcasting policy for Canada, demands that the CBC continue the extension of its services, while, on the other hand, we are encouraged by other federal authorities to limit our capital investments to the replacement of obsolete equipment.

An important exception to this rule is, of course, the Toronto Broadcast Centre. The Government approved the recommendation of our Board that, after 50 years of existence, our English national headquarters should have decent accommodations. The Board and the whole Corporation is very grateful for this decision. A special allocation of resources for the extension of service to presently underserved areas may have to be considered, as in the case of the Accelerated Coverage Plan started in the 1970s.

Now, a few words, not about the level of funding, but about the very important matter of the method of funding.

Over the years, the publicly appointed bodies who have examined this question have been remarkably consistent in their recommendations. All have recommended that the public broadcaster should retain the greatest possible degree of independence through its funding formula. Most have favored a mixture of public subsidy and self-generated revenue, to create an appropriate measure of financial independence for the broadcaster and to prevent the public service from becoming elitist.

Moreover, there has been virtual unanimity in recommending that the public subsidy be provided in the form of a five- or six-year statutory grant.

All royal commissions, committees and task forces who have studied Canadian broadcasting have recommended this for two reasons. First, because television and radio programming cannot be planned on a yearly basis; from the initial idea, through program development to final scheduling, a television program will easily take three years. Second, it is important to isolate CBC financing from political fluctuations. The current policy and legislation review presents another opportunity to deal with this fundamental issue.

Simply put, the CBC believes it could make more effective use of its public funding -- could better serve the Canadian public -- if it were able to project its activities over a longer time span. It would be better able to plan for changes in public taste, for predictable swings in the commercial marketplace, for changes in the service environment, for the orderly introduction of new technologies, and so on. This would allow the Corporation to play a more active, rather than reactive, role in the Canadian broadcasting system.

The CBC also must be able to strike an appropriate balance between its Parliamentary appropriations and its commercial revenue. An imbalance towards commercial revenue, for example, subjects the public broadcaster to the "steering effect" of commercial dependency, inevitably having an impact on program choices. As well, such an imbalance could expose the Corporation to the effects of declines in the commercial marketplace. Both phenomena work against the goal of delivering high quality, relevant and attractive services to the Canadian public. I may point out that, whereas a few years ago commercial revenue represented about 18 per cent of total CBC income, it now represents about 25 per cent.

The first and most critical policy issue is a broad one -- but one which underlies virtually everything the CBC does in meeting its mandate to provide service to the public of Canada; namely, the traditional and essential journalistic and programming independence of the Corporation.

We have been heartened by the Minister's public assurances that any new policy would ensure that "... the arm's length relationship between the government and the CBC, and the Corporation's journalistic and artistic freedom will be protected and enhanced."

It is very important, however, that there be consistency between the general affirmation of this principle and the various provisions of the Broadcasting Act. The arm's length principle should mean not only abstaining from dictating the choice of plays or who should produce them or star in them; or what topics should be dealt with, or avoided, in information programs. It should mean, and has indeed meant over the years, delegating the overall authority for the management of the Corporation to an appointed board with a minimum degree of intervention in the operations of the Corporation. Every intended power of intervention should be examined carefully to determine how it affects the traditional arm's length status of this creative and journalistic institution.

My experience in working with boards of cultural corporations since 1954 is that they take their responsibilities very seriously. Policies and legislation should tend, in my view, not to water down the role of such boards by more administrative intervention, but rather to pay great attention to appointments, and strengthen the role of boards based on the conviction that they will fulfill their responsibilities with care and diligence, and with a keen sense of their accountability to Parliament and to the Canadian public.



**Remarques liminaires
de Pierre Juneau, président
de la Société Radio-Canada**

Comité de la Chambre des communes
sur les communications et la culture

Le 12 mai 1988

Dans mes propos liminaires, je n'ai pas l'intention de traiter des chiffres précis de nos prévisions budgétaires pour 1988-1989. Ceux-ci vous ont déjà été remis et je pense que nous devrions utiliser le temps que vous nous accordez pour examiner les grandes lignes de l'orientation prise par le Conseil d'administration de Radio-Canada, que je représente ici aujourd'hui avec mes collègues, Mme Mairuth Sarsfield et M. William Neville.

Depuis 50 ans, c'est la position centrale de Radio-Canada qui représente l'élément majeur de la politique de radiotélévision au Canada.

Plus récemment, Monsieur le président, votre Comité déclarait que... "Il va sans dire que la Société Radio-Canada joue un rôle essentiel dans le domaine de la radiodiffusion au Canada... Malgré les nombreux changements qui sont intervenus dans le domaine de la radiodiffusion depuis ses débuts au Canada... la Société Radio-Canada demeure essentielle à la vie canadienne."

Quant à la ministre des Communications, Madame Flora MacDonald, elle a tenu les propos suivants en s'adressant à votre Comité au mois de septembre dernier : "Nous reconnaissons tous qu'il s'agit là du plus important producteur d'émissions canadiennes... La SRC joue un rôle primordial dans le domaine de la radiodiffusion au Canada. C'était le cas lorsqu'elle a été créée par un gouvernement conservateur, je me plais à le souligner... et ce l'est encore."

Et la Loi actuelle sur la radiodiffusion stipule qu'il doit y avoir un "service national de radiodiffusion". Elle précise ensuite que si un conflit devait survenir entre les composantes publiques et privée du système de radiotélévision canadien, celui-ci soit résolu dans l'intérêt public et qu'une importance primordiale soit accordée aux objectifs du service national de radiodiffusion. Le Conseil d'administration de Radio-Canada estime qu'il importe de réaffirmer, voire renforcer, cette disposition dans toute nouvelle législation ou politique.

Ce rôle central ou primordial de la radiotélévision publique nationale revêt, selon le Conseil, une importance tout à fait cruciale si l'on veut que le système de radiotélévision du Canada continue à faire face aux défis de l'avenir. Le

service national de radiodiffusion ne doit pas être affaibli. Il doit être renforcé.

Le contrôle public de la radiotélévision au Canada -- et la composante publique, au coeur du système -- ont été établis de sorte que nous puissions, en tant que peuple, nous parler les uns aux autres d'une voix claire, malgré la présence écrasante des émissions de divertissement et d'information des réseaux commerciaux américains chez nous.

Notre souveraineté sur nos propres ondes est nettement plus menacée aujourd'hui qu'à l'époque où l'on a créé la radiodiffusion publique dans notre pays, et les services de Radio-Canada représentent une proportion relativement moindre de l'ensemble des services disponibles qu'aux débuts de la Société.

Les barrières naturelles que constituent la distance et la géographie ont été surmontées grâce à la distribution par le satellite, au rapide déploiement de la télévision par câble et à la vitesse étonnante avec laquelle les magnétoscopes ont pénétré dans nos foyers. Ces progrès ont exacerbé le paradoxe canadien. Ils ont accru cette présence américaine à un point qui était pratiquement unimaginable lorsque le gouvernement Bennett a légiféré, dans les années 30. Même en 1968, lorsque la Loi actuelle sur la radiodiffusion a été adoptée, on n'en avait pas pleinement tenu compte.

Les raisons pour lesquelles nous avons besoin d'une radiotélévision publique aujourd'hui n'ont donc pratiquement pas changé par rapport à l'époque où la Commission Aird les énonçait pour la première fois, il y a 60 ans. Et le paysage audiovisuel de plus en plus complexe et changeant exige la présence d'une Société Radio-Canada qui puisse s'adapter facilement aux circonstances changeantes afin de surmonter un défi culturel encore plus grand qu'il y a 50 ans.

À la télévision, le secteur privé peut jouer un rôle, et le fait, mais étant donné le problème de plus en plus sérieux de la fragmentation de l'auditoire, il semble clair qu'il ne saurait y avoir de télévision canadienne forte sans télévision publique vigoureuse et saine, sans Radio-Canada. Il faut consolider la télévision française et anglaise de Radio-Canada.

Dans "LE COURAGE DE NOS CONVICTIONS", le mémoire de Radio-Canada au Groupe de travail fédéral sur la politique de radiodiffusion, nous avons également signalé la nécessité de présenter davantage de "prestations" -- de spectacles en provenance de tout le Canada, des théâtres et des centres artistiques régionaux du pays -- afin d'étendre la portée de ces institutions culturelles.

Les grilles-horaires de la télévision de Radio-Canada devraient être plus distinctives. Elles devraient se distinguer en affichant un caractère canadien et également en présentant un plus grand nombre d'émissions de valeur durable. Les activités du domaine de la musique, du théâtre et de la danse ne manquent pas dans notre pays. Les importants auditoires de Radio-Canada apprécieraient certainement de voir et d'entendre davantage de ces prestations. Mais il ne s'agit pas, cependant, d'une forme de programmation bon marché. Bien au contraire.

C'était afin de pouvoir présenter davantage de programmation de ce genre que Radio-Canada avait proposé, il y a quelques années, la création de Télés 2. Cet objectif ne s'est pas concrétisé. Quoi qu'il en soit, nous pourrions faire bien davantage aux réseaux actuels de télévision -- français et anglais -- si nous avions des ressources suffisantes. Les réseaux actuels jouissent d'une bonne cote d'écoute, à savoir 25 pour cent de l'ensemble de l'auditoire canadien, et cela présenterait donc l'avantage de mettre cette programmation à la portée d'un grand nombre de Canadiens.

Avec l'approbation du Conseil d'administration, le réseau de télévision anglais a déjà entrepris de très importantes améliorations de son service, à la fois au réseau et dans les centres régionaux. Comme vous le savez, l'objectif est de canadianiser davantage la grille-horaire. Dans l'ensemble, nous voulons atteindre, au cours des trois prochaines années, une cible de 95 pour cent de teneur canadienne en période de grande écoute et de plus de 90 pour cent dans l'ensemble du programme. Le processus a déjà été entamé grâce à d'importantes économies internes, à des réorientations de ressources et à un accroissement des recettes commerciales.

À la télévision française, il est urgent et essentiel d'enrichir et d'améliorer la qualité des émissions. Nous nous inquiétons surtout de la faiblesse des budgets des émissions qui sont, dans pratiquement tous les cas, inférieurs aux budgets de productions comparables du côté anglais. En général, la compression des dépenses partout à Radio-Canada au cours des dernières années a fait baisser tous les budgets. Or, comme les budgets de base de la télévision française étaient déjà inférieurs au départ, on a abouti à une situation encore plus alarmante -- qu'il faut redresser rapidement.

Le cas des téléromans illustre clairement ce problème. Bien que nos auteurs et réalisateurs aient fait preuve de beaucoup d'ingéniosité, au cours des années, en concevant des techniques de production qui ont permis de réaliser, à des coûts remarquablement bas, des séries dramatiques à grand succès, la faiblesse des budgets a fini par se faire sentir. Les dures restrictions imposées aux auteurs et réalisateurs se sont traduites par une baisse de la valeur de ces émissions. Nos créateurs, et les observateurs de l'extérieur, s'entendent pour reconnaître que nos auditoires francophones ont droit à des programmes de qualité constante, qu'ils regardent l'un ou l'autre de nos réseaux.

Il faudrait enrichir de façon sensible les productions dramatiques; renforcer considérablement les émissions de nouvelles et d'information; et augmenter les contributions régionales au réseau.

La réponse, bien sûr, ne consiste pas à réduire les budgets de la programmation de langue anglaise. Si l'on considère les niveaux des budgets dans l'ensemble de Radio-Canada, la Société estime que la répartition des fonds entre les différents services a toujours été, et est, équitable. Néanmoins, les budgets de bon nombre d'émissions de langue française, à la fois dans le secteur des dramatiques et de l'information, sont insuffisants. La dure réalité, c'est qu'à cause des compressions des dernières années, il est devenu pratiquement impossible de financer une activité de la Société au détriment d'une autre.

Les gens qui veulent obtenir un nouveau service particulier de Radio-Canada disent souvent qu'avec un budget aussi important que le sien, Radio-Canada ne devrait pas avoir de difficulté à leur donner ce qu'ils veulent. Cela serait

peut-être vrai, si l'on parlait d'un ou deux cas. Or, nous avons une liste de requêtes de ce genre qui représente des centaines de millions de dollars.

Au cours des trois dernières années, la Société n'a pu consentir à ses services de radio français et anglais que des augmentations correspondant à l'inflation. En réalité, leurs budgets sont demeurés statiques.

Le Conseil d'administration a cependant décidé que nous devrions au moins préserver des restrictions budgétaires actuelles nos services radiophoniques. Si la Société obtenait des fonds supplémentaires, nous chercherions, bien entendu, à améliorer la radio, en français comme en anglais.

On attend plus de la radio de Radio-Canada. C'est ce qui ressort des récentes décisions du CRTC sur le renouvellement de nos permis réseaux, et que nos auditoires ne cessent de nous rappeler.

J'aimerais également dire quelques mots des régions. Dans le cadre du processus de canadianisation du réseau de télévision anglais, il est prévu que plus de 40 pour cent de la programmation diffusée au réseau national sera dorénavant produit dans les régions.

La radio anglaise compte déjà sur ses centres régionaux pour produire environ 60 pour cent de ses émissions. La présentation d'un service d'information local et régional au niveau des stations régionales garantit également aux auditoires régionaux un service qui répond à leurs besoins particuliers. Nous espérons que la création de mini-stations de radio nous permettra d'offrir un service local et régional de Radio-Canada à davantage d'auditoires à l'avenir.

L'objectif minimum, du côté anglais, consiste à maintenir et à améliorer, dans la mesure où les ressources le permettront, la représentation de toutes les régions aux services nationaux de télévision et de radio.

La situation des services de langue française de Radio-Canada destinés aux régions est un peu plus complexe. L'auditoire principal de ces services se

trouve au Québec, mais plus de 12 pour cent des auditeurs potentiels vivent à l'extérieur du Québec. Pour répondre à leurs besoins, il faudra relever de grands défis : améliorer le rayonnement afin de desservir toutes les localités à l'extérieur du Québec ayant au moins 500 résidents francophones; et financer et développer davantage d'émissions régionales pour les diffuser à la fois dans les régions et dans l'ensemble du réseau. Certains événements récents dans l'Ouest ont fait ressortir l'importance des services de Radio-Canada.

Il importe de se rappeler, ainsi que les minorités francophones le soulignent à juste titre, que la radio et la télévision de Radio-Canada sont bien souvent leur seul soutien culturel de poids.

À la demande du CRTC, nous sommes en train de terminer une étude sur les besoins de services de télévision en français à l'extérieur du Québec et le CRTC a demandé une étude semblable pour la radio. Les résultats et conclusions indiquent jusqu'à présent que les demandes dépassent largement les ressources disponibles. Mais il ne faut pas oublier que si nous voulons répondre à ce genre de demandes, nous nous retrouverons, une fois de plus, confrontés à des priorités de financement qui se font concurrence.

La Société diffuse actuellement des émissions de télévision et de radio destinées au Nord en français, en anglais et dans un certain nombre de langues autochtones, dans une large partie du Nord canadien et dans la région que l'on désigne comme le méso-Canada. À certains moments, nous partageons une partie du système de distribution avec des diffuseurs autochtones qui produisent et diffusent une programmation supplémentaire. Le mandat qui correspond à ces activités découle de l'article de la Loi sur la radiodiffusion qui exhorte Radio-Canada "à répondre aux besoins particuliers des diverses régions".

La Société estime qu'il faut donner accès à une plus grande variété d'émissions destinées au Nord si nous voulons desservir les localités nordiques et rendre compte de leurs intérêts et de leurs préoccupations au reste du Canada. C'est dans cet esprit que le Conseil d'administration a accepté des plans visant à établir un transpondeur de satellite réservé pour le Nord.

La production n'est bien sûr que le premier maillon dans la chaîne des communications. Le deuxième, également essentiel, est la distribution, soit la possibilité de mettre ces émissions à la portée des auditeurs.

La distribution étant aussi essentielle, le Conseil s'inquiète de certaines idées qui circulent actuellement, et qui ont tendance à simplifier outre mesure ce problème et à faire fi des réalités fondamentales.

Par exemple, on suggère que Radio-Canada vende ses installations à des intérêts privés. Ainsi "libérée" des frais associés à l'établissement et au maintien d'une infrastructure coûteuse, se plaît-on à dire, Radio-Canada serait libre de se consacrer aux principales fins pour lesquelles elle a été créée : la production d'émissions canadiennes pour des auditoires canadiens. En même temps, l'assemblée législative du Nouveau-Brunswick reproche à Radio-Canada de ne pas avoir de station de télévision anglaise lui appartenant en propre dans la province.

Le Conseil est d'accord en principe avec le Nouveau-Brunswick; il estime que tous les Canadiens sont en droit d'attendre du diffuseur public national des services équivalents, à mesure que les fonds le permettent. La plupart des stations privées affiliées à Radio-Canada ne diffusent tout simplement pas le service complet de Radio-Canada qui est mis à leur disposition. C'est pourquoi Radio-Canada a pris l'initiative, au cours des dernières années, de remplacer un certain nombre de ses affiliées, lorsque cela était sage, économiquement.

On laisse également entendre parfois que Radio-Canada devrait modifier son mode de distribution et utiliser le câble plutôt que la diffusion directe traditionnelle. Encore une fois, la Société pense que c'est une notion qui ignore la réalité. Le fait est que pour les services de base, par rapport aux services spécialisés, l'infrastructure actuelle composée de satellites, de micro-ondes, de circuits terrestres et d'émetteurs demeure la meilleure façon de mettre les émissions à la portée du plus grand nombre d'auditeurs potentiels. Bien sûr, Radio-Canada devrait utiliser pleinement ces nouvelles technologies pour diffuser des services spécialisés, par exemple.

La Société estime en outre que tous les Canadiens parlant l'une ou l'autre des langues officielles devraient avoir directement accès aux services de base de Radio-Canada. Peu importe, par ailleurs, qu'ils aient la possibilité d'avoir le câble et qu'ils choisissent ou non, pour des raisons financières ou autres, de s'y abonner.

Seulement 68 pour cent des foyers sont en fait abonnés au câble. Et quels que soient les progrès qui seront réalisés dans les prochaines années, il semble raisonnable de prévoir qu'il y aura toujours un nombre significatif de consommateurs qui, pour diverses raisons, ne seront pas abonnés ou ne pourront le faire matériellement. Selon l'expérience de la Société, bien que les Canadiens apprécient les avantages de la câblodistribution, ils estiment également qu'ils sont en droit de recevoir gratuitement les services de base de Radio-Canada, radio et télévision. Finalement, toujours selon l'expérience de la Société -- le CRTC et vous-même l'avez probablement également constaté -- les Canadiens, même lorsqu'ils sont peu nombreux, protestent toujours vivement -- et expriment haut et clair leurs objections -- lorsqu'ils estiment être privés d'un service de radiotélévision auquel ils considèrent avoir droit.

La Société Radio-Canada reçoit chaque année des centaines de lettres du public, de députés fédéraux, de premiers ministres provinciaux, de députés provinciaux et de maires qui lui font parvenir des pétitions pour obtenir un service complet d'un genre ou d'un autre dans leurs régions lorsque ceux-ci ne sont pas disponibles. Mais les coûts d'immobilisations qu'implique l'extension du service à toutes les régions qui ne sont pas encore desservies sont élevés, même si l'on ne tient pas compte de l'obsolescence du matériel et des fonds nécessaires pour la maintenance d'un matériel de transmission et d'exploitation qui vieillit.

Ce problème de financement est particulièrement criant dans le cas de l'extension des services stéréo de Radio-Canada à travers le pays. Bien qu'il se soit écoulé plus de 10 ans depuis que la Société a obtenu son premier permis MF, environ 25 pour cent de la population des deux groupes linguistiques n'a toujours pas accès au service stéréo MF. Et il y a peu de chances pour que cette couverture soit étendue dans l'immédiat de façon importante.

Lors du récent renouvellement des permis des réseaux radiophoniques de Radio-Canada, le CRTC a noté que Radio-Canada n'avait pu donner suite à 19 permis approuvés par le Conseil au cours des dernières années. Dans tous les cas sauf deux, ces projets recouvraient la période de 1984 à aujourd'hui, alors que les compressions budgétaires ont stoppé les progrès lents mais réguliers accomplis par la Société pour palier cette insuffisance de la couverture, grâce à des allocations de fonds d'immobilisations annuels. Or, le CRTC s'attend à ce que Radio-Canada concrétise tous les 19 projets durant la période du permis actuel, c'est-à-dire dans les trois ans. En même temps, il s'attend à ce que Radio-Canada demande l'autorisation d'étendre son service à d'autres régions non desservies.

L'ironie de ces demandes contradictoires adressées à la Société est à nouveau soulignée dans cette dernière décision du CRTC. D'une part, le CRTC, soit l'organisme de réglementation fédéral dûment chargé de mettre en oeuvre la politique de radiodiffusion du Canada, demande à Radio-Canada de poursuivre l'extension de ses services alors que, d'autre part, d'autres autorités fédérales nous encouragent à limiter nos investissements d'immobilisations au remplacement de matériel désuet.

La grande exception à cette règle, c'est bien sûr le Centre de radiotélévision de Toronto. Le gouvernement a approuvé la recommandation de notre Conseil qui estime que, après 50 années d'existence, le siège national de nos réseaux anglais devrait être logé dans des locaux décents. Le Conseil et la Société sont très reconnaissants de cette décision. Il faudrait peut-être envisager une affectation de crédits spéciaux pour l'extension du service aux régions mal desservies, comme dans le cadre du Plan accéléré de rayonnement, entamé dans les années 1970.

Quelques mots à présent sur le financement, non pas sur le niveau de financement mais sur l'importante question du mode de financement.

Au cours des années, les corps publics qui se sont penchés sur cette question ont été remarquablement cohérents dans leurs recommandations. Tous ont recommandé que l'on garantisse au diffuseur public le plus grand degré d'autonomie possible dans cette formule de financement. La plupart ont préconisé une combinaison de

crédits publics et de recettes autogénérées, de sorte que le diffuseur jouisse d'une indépendance financière appropriée et que le service public ne devienne pas élitiste.

Qui plus est, tous ont été pratiquement unanimes en recommandant que les fonds publics soient fournis sous forme de crédits statutaires couvrant cinq ou six années.

Toutes les commissions royales d'enquête, tous les comités et les groupes de travail qui ont étudié la radiotélévision canadienne ont fait des recommandations dans ce sens pour deux raisons. Premièrement, parce qu'il n'est pas possible de planifier la programmation radiophonique et télévisuelle une année à la fois; entre le moment où l'idée est proposée, et celui où une émission de télévision est finalement mise à l'horaire, il faut facilement trois années. Deuxièmement, parce qu'il est important de protéger le financement de Radio-Canada contre les fluctuations politiques. L'étude de la politique et de la législation actuelles offre une nouvelle occasion de s'attaquer à cette question fondamentale.

Pour dire les choses simplement, Radio-Canada estime qu'elle pourrait utiliser ses crédits publics avec plus d'efficacité -- et ainsi mieux desservir le public canadien -- si elle pouvait prévoir ses activités à plus long terme. Elle serait davantage en mesure de planifier l'évolution des goûts du public, les mouvements prévisibles du marché publicitaire, les changements dans le secteur des services, le lancement ordonné de nouvelles technologies, etc. Cela permettrait à Radio-Canada de devancer, plutôt que de suivre, les tendances de la radiotélévision au Canada.

Radio-Canada doit également pouvoir trouver un équilibre approprié entre ses crédits parlementaires et ses recettes commerciales. Un déséquilibre en faveur des recettes commerciales, par exemple, soumettrait le diffuseur public à "l'effet d'entraînement" de la dépendance commerciale, avec ses conséquences inévitables sur les choix de programmation. Un tel déséquilibre pourrait également exposer la Société aux effets des baisses sur le marché publicitaire. Les deux phénomènes vont à l'encontre du but recherché, c'est-à-dire offrir au

public canadien des services pertinents et attrayants de grande qualité. J'aimerais d'ailleurs souligner à cet égard qu'il y a quelques années, les recettes publicitaires représentaient 18 pour cent des revenus de Radio-Canada alors qu'aujourd'hui, elles en représentent environ 25 pour cent.

Le sujet de préoccupation le plus important et le plus critique est vaste -- mais il sous-tend pratiquement tout ce que Radio-Canada fait pour s'acquitter de son mandat et fournir un service au public du Canada; à savoir l'indépendance indispensable dont la Société a toujours joui dans les domaines du journalisme et de la programmation.

Nous avons été réconfortés par la déclaration publique de la Ministre, lorsque celle-ci a donné l'assurance que toute nouvelle politique garantirait que "...la relation d'autonomie existant entre l'État et Radio-Canada, ainsi que la liberté artistique et journalistique de la Société, seraient protégées et accrues."

Il est très important toutefois de faire concorder l'affirmation générale de ce principe et les diverses dispositions de la Loi sur la radiodiffusion. Ce principe d'indépendance ne devrait pas simplement signifier que l'on s'abstiendra de dicter quelles pièces il faudrait choisir ou qui devrait les produire ou en être la vedette; ni quels sujets il faudrait traiter, ou éviter, dans les émissions d'information. Il devrait signifier, et cela a été le cas au cours des années, qu'on laisse la responsabilité générale de la gestion de la Société à un conseil dont les membres sont nommés, en intervenant au minimum dans les activités de la Société. Avant d'envisager toute forme de pouvoir d'intervention, il faudra examiner soigneusement dans quelle mesure le traditionnel statut d'indépendance de cette institution "créatrice" et "journalistique" pourrait en subir les conséquences.

Mon expérience au sein de conseils de divers organismes culturels, depuis 1954, m'a appris que les administrateurs prennent leurs responsabilités très au sérieux. Dans nos législations et nos politiques, nous devrions chercher, à mon

avis, non pas à réduire le rôle de ces conseils en augmentant les interventions administratives, mais plutôt à accorder beaucoup d'attention aux nominations et à renforcer le rôle des conseils en étant convaincu que ceux-ci s'acquitteront de leurs responsabilités en toute diligence et en étant pleinement conscient de leur imputabilité envers le Parlement et le public du Canada.

3/11
7-577



Canadian Broadcasting Corporation
Société Radio-Canada

Introductory Remarks
by Pierre Juneau
President of the CBC



Legislative Committee
on Bill C-136

August 25, 1988

Mr. Chairman, ladies and gentlemen

I am pleased to appear before you today and to have an opportunity to discuss the new Broadcasting Act.

I am appearing before you, Mr. Chairman and members of the Committee, with those of my colleagues who are responsible for programming in English and French, on radio and television. Mr. W.T. Armstrong, the Executive Vice-President, is responsible for all media operations, Mr. Denis Harvey, Vice-President of English Television, Mr. Franklin Delaney, Vice-President of French Television, Mr. Jean Blais, Vice-President, French Radio, and Mr. Michael McEwen, Vice-President, English Radio.

This country, fifty years ago, created the CBC. Your predecessors knew that in doing so, they were, like the British Parliament before them, doing something absolutely indispensable for Canada -- but very daring. They were creating by the will of Parliament and with public funds an institution that would create plays, operas, films and open up a whole world of information and ideas. An institution that would, like a newspaper, inform people, like a theatre company, enlighten and entertain people. An institution that would deal with thoughts, dreams and, inevitably, play an important role in our culture.

A very delicate field for governments!

The solution was to isolate that institution from political and government influence. The arm's-length principle. This became a very strong belief and tradition in Canada. It is a very sensitive and very precious tradition as are the institutions that flow from it -- namely the CBC and the Canadian broadcasting system -- that we are dealing with today.

Clearly, this represents an important moment in the development of broadcasting in Canada. The CBC has had occasion to thank the Minister and her officials for giving us the opportunity to make suggestions during the preparation of the Bill. We would like to do it now publicly.

In our view, this document contains many good elements to help broadcasting, one of our most important cultural media, to adjust to modern conditions provided a number of improvements are made.

The Bill will lead to the creation of an instrument that will have a profound effect on Canada's cultural life for a number of years. Therefore, we believe it is critical that the instrument be forged with the utmost care and foresight.

While there have been long discussions on policy ranging back to the work of the Caplan-Sauvageau Task Force on Broadcasting Policy, Bill C-136 was only tabled on June 23rd. It is this Act that will rule broadcasting in the years to come, not task force reports. Therefore, the Bill is crucial and so is the responsibility of this Committee and of Parliament.

We are, of course, pleased to note the reaffirmation in the Bill of the CBC's role as the centre-piece of the Canadian broadcasting system and we appreciate the fact that many of the suggestions the Board has made to the Minister have been taken into account. There remain, in the view of the Board of Directors, some very important points in the Bill which are of concern to the CBC.

Our opinions or comments are grouped under the following major headings:

- 1) The mandate of the CBC as it relates to: the word enlightenment, radio, commercialism, the proposed alternative services, official languages and priority carriage of public broadcasters.

- 2) Freedom of expression.
- 3) The independence of the CBC, not only in programming but also in its management functions.
- 4) The structure of the CBC's senior management, particularly the appointment of a Chairman who is not the Chief Executive Officer.
- 5) The powers of the CRTC as they affect the CBC but also in some cases private broadcasting.
- 6) The financial administration of the CBC.

I am also tabling a separate document on the problem created by the separation of the positions of Chairman of the Board and of the Chief Executive Officer of the Corporation. While this document is being submitted by me, the basic position taken is consistent with that of the Board of Directors.

First, the mandate of the CBC.

In the brief that was filed with your Committee we dealt at some length with our concern over the apparent dropping of the word "enlightenment" from the mandate of the CBC. Together with several statements in the Broadcasting Policy about "mass audiences", this omission was felt to indicate a potential reduction in the long-established role of the public broadcaster.

We understand that the Minister has stated in a recent letter to your Committee that she is quite willing to put back the missing word in the section of the Bill referring to the CBC. If such an amendment is acceptable to your Committee the CBC would be pleased and relieved.

But even with the full range of CBC programming legally restored, it is probably worth explaining why we express such concern over this concept.

The CBC feels strongly that both its radio and television services, in English and in French, must -- and do -- provide a balanced schedule over a wide range of programming. The role of the national public broadcaster is not merely to "capture an audience share consistent with the size of its parliamentary

appropriation, and to be able to generate sufficient commercial revenue", to quote the policy document. In an industry heavily influenced by commercial considerations, it is vital that Canada's public broadcaster march to a different drummer. The CBC has an obligation to produce programs that are "sharply, identifiably different from the values of American commercial television" to quote our 1985 document "Let's Do It". Our producers must feel free, and indeed encouraged, to explore and experiment, both with program ideas and new technology. As a Corporation we must feel free to take risks.

The issue is closely related to the vexing matter of commercial revenue. As you know, in recent years the CBC has been strongly encouraged to seek larger revenue from television advertising in order to reduce the need for public funding. CBC management has indeed increased the revenue base significantly. In 1978, for example, commercial revenue represented approximately 18% of the CBC's operating income. Last year, commercial revenue represented 26% of Corporation income -- a rise from 18 to 26% in less than a decade.

The larger income from advertising has enabled the Corporation to soften the impact of budget reductions. We are proud of the remarkable performance of our sales staff in reaching these new targets. But we are worried about the tendency for several reasons. For example, our television networks, both English and French, now carry as many commercials per hour as the private networks and stations. Heightened commercial activity can affect the quality and distinctiveness of the program schedule. Creative risks may have to be minimized.

As we point out in our brief, the trend to raise advertising revenue in order to reduce the need for public funding hits especially hard at our French television service. The French advertising market is much smaller than the English market - less than half the potential of the English side. Over the years, the CBC has recognized this discrepancy in its budget allocations. If the relative level of public funding were to decrease in future years on the assumption that the CBC could compensate by earning more advertising revenue, such a policy would have an inordinate impact on CBC French television.

Both the enlightenment issue and the issue of advertising revenue have important ramifications for the CBC's radio services.

As you know, the CBC decided in 1974 that its radio services would be non-commercial. The present Board of the CBC maintains this position. Since 1974, this has also been a CRTC condition of all CBC radio licences. Not only are both CBC Radio and CBC Stereo non-commercial, but they are carefully crafted to reach a wide variety of constituencies.

An important feature of the new legislation is the introduction of the idea of "alternative television services" with a mandate to provide programming for smaller audiences.

While the CBC's Board of Directors is not opposed to the creation of a new English-language service, there are two underlying worries. First we feel strongly that it would be a mistake to use the creation of this service to restrict the mandate of the Corporation to programming only for mass audience consumption. We feel strongly that the CBC should remain a balanced service.

As well, we feel it is important to repeat the view we have expressed many times before: Parliament should first of all ensure that the national public broadcaster, the CBC, is adequately funded to fulfil its full mandate -- including the whole range of popular and special interest programming -- before there is any serious consideration of injecting public funds into "alternative television services."

We feel some concern about another "mandate" issue raised by the Bill -- the priority to be given the public channels on the country's cable systems.

The Bill declares that "distribution undertakings" should "accord priority to the carriage of Canadian programming services". It does not say that priority should be given to "programming of the national public broadcaster, and of other public broadcasting undertakings". This should be clearly stated for both radio and television. Simply put, it makes little sense to invest large amounts of public money in broadcasting and then not to make sure that this programming gets optimum distribution. You will see from our brief that we have been careful to include radio in this carriage priority. As an example, CBC stereo radio services could be given much wider coverage across the country if they were given priority carriage on cable systems.

Now for our second area of concern. You'll note in our brief that we have drawn attention to a change of wording in the new Bill that could interfere with the broadcasters' time-honoured right to freedom of expression.

The present Act states that "the right to freedom of expression and the right of persons to receive programs, subject only to generally applicable statutes and regulations, is unquestionable." In the new Bill this section appears to have been replaced by much weaker language which provides that "nothing in this Act shall be construed as requiring any person to obtain the approval of the Commission for the broadcasting of any particular program."

The problem with this wording is that it would not preclude the possibility of the Commission intruding into the substance of individual programs. We must always remember that if such powers exist someone someday will insist that they be used.

This is an instance where we might well take our inspiration from south of the border. The United States Communications Act (Section 326) provides this declaration which is very clear and forthright and leaves no doubt as to what is intended:

"Nothing in this Act shall be understood or construed to give the Commission the power of censorship over the radio communications or signals transmitted by any radio station, and no regulation or condition shall be promulgated or fixed by the Commission which shall interfere with the right of free speech by means of radio communication."

Our third area of concern is about the independence of the CBC. As a publicly-funded agency that provides the country with its most important electronic journalism -- an institution that must occasionally bite the hand that feeds it -- the CBC is understandably concerned about its relationship to Government. Traditionally this has been defined as "arm's-length". In reading the Act the Directors have paid particular attention to this aspect of the new legislation.

To begin with, we are distinctly heartened by the basic affirmation in the Bill that "the Corporation shall, in pursuit of its objectives, and in the exercise of its powers, enjoy freedom of expression and journalistic, creative and programming independence." This declaration, which would be new in this Bill is certainly reassuring. But there is a lingering concern about the application of the principle. Will it apply equally to our program output and to the management functions that are so intimately related to these programs?

The traditional freedom to manage the Corporation -- in keeping with its mandate and without undue constraint -- is critical to the maintenance of the arm's length principle. Simply put, the process of producing and broadcasting programs and the management

of that process are inextricably linked. If undue constraints are placed on management, programming is unavoidably affected -- and can be affected in ways that serve neither Parliament nor the CBC's audiences.

Our fourth area of concern is about the new structure of the CBC's senior management. Here the Directors have several concerns. As well, you have before you my own document analyzing the very serious problems which I believe are inherent in the Chairman-CEO split.

Briefly, our concerns are centred on one key factor -- there should be no ambiguity as to where the authority lies for the direction of the Corporation.

Any ambiguity as to who is the boss is likely to give rise to pressures -- internal or external -- which would be detrimental to the independence and the successful management of the CBC.

If there are to be a Chairman and a President, instead of a President and an Executive Vice-President, as in the 1968 Act, we feel that the Chairman should be the Chief Executive Officer, and should act on a full-time basis. Furthermore, we feel that both senior officers should be appointed for a period of seven years, rather than the 5-year term specified in the Bill.

Reducing the term of the Chief Executive Officer would adversely affect the traditional arm's-length relationship between Government and the Corporation.

It is true that in most Crown Corporations the Chairmen or Presidents have five-year mandates. But the President of the CBC, the Chairman of the CRTC and the Governor of the Bank of Canada have been significant exceptions to that rule because of the very sensitive nature of the institutions and the positions involved.

We have a number of additional concerns about structure that are described in the brief, but two of them should be repeated here.

The first is the provision that Governor-in-Council approval would be required for the removal of the President. We feel that this would place an undue restriction on the freedom of action of the Directors. Still further restrictions on the Board would come from the creation of Standing Committees for English- and French-language broadcasting. We feel that it should be left to the Board to determine the most appropriate means of organizing its time and energy to meet the difficult mandate presented by the Broadcasting Act.

Let me turn now to our fifth area of concern -- to those parts of the Bill that deal with the powers of the Commission. First of all, let me say that I have read the main brief and the presentation of the CRTC to your Committee and except for a few minor points I concur with it completely.

Our concerns about the CRTC are centred on those provisions of the Bill that appear to be in conflict with the CBC's long-standing immunity from CRTC sanction.

Section 23 of Bill C-136 states that the CRTC cannot revoke any of the Corporation's licences but this restriction refers only to licences referred to in "the schedule", a schedule which itself may now be amended by the Governor-in-Council on the recommendation of the Minister and on the request of the Commission (see Section 29). It would now appear that the Government could remove any of the CBC licences from the protected "schedule" and leave them to be revoked or suspended by the Commission. Thus, very important changes could be made to the actual mandate of the CBC without Parliament's intervention.

The Bill as written allows the CRTC to intrude into the day-to-day operations of broadcasters. We believe this would have a negative

affect on the fair, equitable and uniform implementation of the Act. It would also allow special interest groups to ask the CRTC to intervene in operational matters such as industrial relations, contracts, affiliate relations and so on.

Finally, Mr Chairman, a few words about the provisions of the Bill that deal with the financial administration of the CBC.

The Corporation was disappointed to note that Bill C-136 was silent on the issue of long-term funding. As the Corporation has explained frequently in the past, long-term funding is vital for the efficient and effective management of the Corporation, and its independence.

The CBC had hoped to find provision in the proposed new legislation conferring some borrowing power on the Corporation. It would now appear that if an amendment is not made to this Bill, it would be beyond the power of either the Corporation or the Government to authorize or undertake any borrowing, however modest borrowing, for example, to fund capital replacements that eventually more than pay their way. Obviously, this serves to make the financial management of a Corporation the size of CBC very difficult.

I hope that the comments in our brief, or those made here today, may be of some help to you in your deliberations.

There are perhaps 50,000 people involved in this profession or industry. It is not an exaggeration to say that almost every one of them is likely to be influenced by the result of your decisions, not to mention the millions of people who are touched on a daily basis by the Canadian broadcasting system.



Société Radio-Canada
Canadian Broadcasting Corporation

Remarques liminaires
de Pierre Juneau, président
de la Société Radio-Canada

Comité législatif
sur le Projet de loi C-136

Le 25 août 1988

Monsieur le président, mesdames et messieurs,

Il me fait plaisir de comparaître aujourd'hui devant le présent Comité et de pouvoir discuter de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion.

Je comparais devant vous, Monsieur le président et les membres du Comité, avec ceux de mes collègues qui sont responsables de la programmation française et anglaise à la radio et à la télévision. Il y a M. W.T. Armstrong, vice-président exécutif et responsable des activités de tous les médias, M. Denis Harvey, vice-président de la télévision anglaise, M. Franklin Delaney, vice-président de la télévision française, M. Jean Blais, vice-président de la radio française, et M. Michael McEwen, vice-président de la radio anglaise.

C'est ce pays, il y a une cinquantaine d'années, qui a créé la SRC. Vos prédécesseurs savaient qu'ils faisaient alors, tout comme le Parlement britannique avant eux, quelque chose d'absolument indispensable -- mais audacieux -- pour le Canada. Ils établissaient, par la volonté du Parlement et avec les deniers publics, une

institution qui créerait des pièces de théâtre, des opéras et des films et qui ouvrirait la porte à tout un monde d'information et d'idées. Une institution qui, comme un journal, informerait la population, et qui, comme une compagnie théâtrale, éclairerait et divertirait. Une institution qui travaillerait sur la pensée et le rêve et qui, inévitablement, jouerait un rôle important dans la culture au Canada.

Un objet très délicat pour les gouvernements!

La solution fut d'isoler cette institution de l'influence politique et gouvernementale. C'est-à-dire la mise en oeuvre du principe de l'autonomie, principe cher à la tradition canadienne. Et combien sensible et précieux, tout comme les institutions qui en découlent -- la SRC et le système canadien de radiodiffusion -- dont il est question aujourd'hui.

De toute évidence, il s'agit d'un moment important dans l'évolution de la radiodiffusion au Canada. La SRC a eu l'occasion de remercier la ministre et ses fonctionnaires de nous avoir permis de faire des suggestions au cours de la préparation du Projet de loi. Nous aimerions maintenant le faire publiquement.

À notre avis, ce document renferme plusieurs éléments valables qui, si on leur apporte quelques changements, permettraient au secteur de la

radiodiffusion, l'un des plus importants du domaine culturel, de s'ajuster aux conditions de la vie moderne.

Le Projet de loi amènera la création d'un instrument qui aura des conséquences profondes sur la vie culturelle du Canada pendant de nombreuses années. C'est pourquoi nous croyons qu'il est essentiel que cet instrument soit forgé avec le plus de soins et de prévoyance possible.

Bien que l'on discute depuis longtemps de la politique de la radiodiffusion, en fait depuis la création du Groupe de travail Caplan-Sauvageau, le Projet de loi C-136 n'a été déposé que le 23 juin dernier. C'est cette Loi qui régira la radiodiffusion pendant les années à venir et non pas les rapports de divers groupes de travail. Par conséquent, le Projet de loi est crucial, autant que l'est la responsabilité du présent Comité et du Parlement.

Nous sommes évidemment heureux de constater que le Projet de loi réaffirme le rôle de la SRC comme élément central du système canadien de radiodiffusion et nous remarquons qu'on a tenu compte d'un grand nombre des suggestions présentées à la ministre par notre Conseil d'administration, mais il reste certains points très importants pour la SRC dans le Projet de loi qui préoccupent le Conseil d'administration.

Nos opinions ou commentaires sont regroupés selon les rubriques suivantes :

- 1) Le mandat de la SRC, particulièrement sous l'angle du terme "éclairer" (enlightenment), de la radio, des aspects commerciaux, des services complémentaires proposés, des langues officielles et de la priorité du service des radiodiffuseurs publics.
- 2) La liberté d'expression.
- 3) L'indépendance de la SRC non seulement en programmation, mais aussi sur le plan de la gestion.
- 4) La structure de la haute direction de la SRC, en particulier la nomination d'un président du Conseil qui n'est pas le chef de la direction.
- 5) Les pouvoirs du CRTC, non seulement par rapport à la SRC, mais aussi, dans certains cas, à l'égard des radiodiffuseurs privés.
- 6) L'administration financière de la SRC.

Je dépose également un document distinct sur le problème créé, à mon avis, par la séparation du poste de président du Conseil de celui de

chef de la direction. Bien que je présente ce document à titre personnel, la position fondamentale qui y est exprimée est conforme à celle prise par le Conseil d'administration.

Commençons d'abord par le mandat de la SRC.

Dans le mémoire présenté au Comité, nous avons largement fait écho de l'inquiétude de notre Conseil d'administration quant à l'omission apparente du mot "éclairer" du mandat de la SRC. Associée à plusieurs allusions aux "auditoires de masse" dans la politique de radiodiffusion, cette omission nous paraissait indiquer une réduction possible du rôle de radiodiffuseur public établi depuis longtemps.

Nous croyons savoir que la ministre, dans une lettre adressée récemment à votre Comité, a déclaré qu'elle est bien disposée à réintroduire le mot manquant dans le paragraphe du Projet de loi se rapportant à la SRC. Si un tel amendement convenait à votre Comité, la SRC en serait bien heureuse et soulagée.

Pourtant, même si l'on restaurait légalement la gamme intégrale de la programmation de la SRC, il serait sans doute utile d'expliquer pourquoi nous exprimons autant d'inquiétude relativement à ce concept.

La SRC croit fermement que ses services de radio et de télévision -- autant français qu'anglais -- doivent offrir -- et offrent effectivement -- une grille équilibrée d'émissions très variées. Le rôle du radiodiffuseur public national ne consiste pas seulement à atteindre de vastes auditoires pour "justifier les crédits que lui vote le Parlement et obtenir les recettes publicitaires dont [il] a besoin", comme il est dit dans un document de principes. Dans un secteur qui dépend fortement de considérations commerciales, il est essentiel que le radiodiffuseur public du Canada marche à un pas différent. La SRC est tenue de produire un service d'émissions "qui se démarque distinctement de la télévision commerciale américaine", comme le dit notre document de 1985 intitulé "Le courage de nos convictions". Nos réalisateurs doivent se sentir libres d'explorer et d'expérimenter autant des idées d'émissions que des techniques nouvelles, et il faut les encourager à le faire. À titre de société, nous devons nous sentir libres de prendre des risques.

Cette question est très proche d'une autre question plutôt contrariante -- les recettes commerciales. Comme vous savez, on a fortement encouragé la SRC ces dernières années à obtenir davantage de recettes de la publicité télévisée afin de réduire sa dépendance par rapport aux fonds publics. La direction de la SRC a en effet réussi à accroître considérablement la base de ses recettes. En 1978, par exemple, les recettes commerciales représentaient approximativement 18%

des revenus d'exploitation de la SRC. L'an dernier, elles représentaient 26% des revenus de la Société, ce qui constitue une hausse sensible en moins d'une décennie.

Cette hausse des recettes publicitaires a permis à la Société d'amoindrir l'impact des réductions budgétaires. Nous sommes fiers des efforts remarquables de notre personnel des ventes, qui nous ont permis d'atteindre ces nouvelles cibles. Mais nous nous inquiétons de ce qui semble être une tendance, et ceci pour plusieurs raisons. Ainsi, nos réseaux de télévision, tant français qu'anglais, diffusent maintenant autant de messages publicitaires par heure que les stations et les réseaux privés. Cette activité commerciale accrue peut affecter la qualité et le caractère distinctif de la grille-horaire, car il peut arriver que l'on doive minimiser les risques sur le plan de la création.

Comme nous l'avons souligné dans notre mémoire, cette tendance à accroître les recettes publicitaires pour réduire la nécessité de fonds publics touche plus durement notre service français de télévision. Le marché publicitaire francophone est beaucoup plus restreint que le marché anglophone -- il représente en effet moins de la moitié du potentiel anglophone. Au cours des ans, la SRC a reconnu cette disparité et a tenté d'y suppléer dans ses répartitions budgétaires. Une politique qui réduirait le niveau relatif du financement public

dans les années à venir et supposerait que la SRC pourrait compenser le manque à gagner en recherchant davantage de recettes publicitaires aurait des effets démesurés sur la télévision française de la SRC.

La question du mandat d'éclairer et celle des recettes publicitaires ont des ramifications importantes pour ce qui est des services radiophoniques de la SRC.

Comme vous le savez, la Société a décidé en 1974 que ses services radiophoniques seraient non commerciaux. L'actuel Conseil d'administration maintient cette position. Depuis 1974, cela est aussi une condition du CRTC pour l'octroi de tous les permis de radio de la SRC. Non seulement nos services de radio AM et FM stéréo sont non commerciaux, mais ils sont soigneusement conçus pour atteindre une grande variété d'auditeurs.

Un élément important de la nouvelle Loi est l'introduction du concept de "services de programmation télévisée complémentaires", dont le mandat est d'offrir des émissions à des auditoires plus restreints.

Bien que le Conseil d'administration de la SRC ne soit pas opposé à la création d'un nouveau service de langue anglaise, il éprouve à cet égard une double inquiétude. Premièrement, nous croyons fermement que ce serait une erreur de profiter de la création de ce service pour

restreindre le mandat de la Société à une programmation destinée seulement à la consommation de masse. Nous croyons fermement que la SRC devrait demeurer un service équilibré.

Nous sommes aussi d'avis qu'il est important de répéter l'opinion que nous avons exprimée à plusieurs reprises auparavant, à savoir que le Parlement devrait d'abord et avant tout s'assurer que le radiodiffuseur public national - c'est-à-dire la SRC - dispose de fonds suffisants pour réaliser pleinement son mandat - y compris toute la gamme d'émissions populaires et d'intérêt particulier - avant d'envisager sérieusement d'injecter des fonds publics dans des "services de programmation télévisée complémentaires".

Nous sommes quelque peu préoccupés par une autre question de "mandat" découlant du Projet de loi -- soit la priorité à donner aux chaînes publiques sur les systèmes de câblodistribution du pays.

Le Projet de loi énonce que les "entreprises de distribution" devraient "donner priorité à la fourniture des services de programmation canadienne". Il n'y est pas dit qu'il faudrait donner priorité à la "programmation du radiodiffuseur public national et des autres entreprises publiques de radiodiffusion". Cela devrait être précisé clairement tant pour la radio que pour la télévision. Autrement dit, il est peu logique d'investir d'importantes sommes publiques en

radiodiffusion si l'on ne s'assure pas que la programmation obtient une distribution optimale. Vous constaterez dans notre mémoire que nous avons pris soin d'inclure la radio dans cette priorité du service. Ainsi, les services radiophoniques stéréo de la SRC pourraient être beaucoup étendus au pays s'ils étaient distribués de façon prioritaire sur le câble.

Passons maintenant à notre deuxième préoccupation. Vous remarquerez que, dans notre mémoire, nous avons attiré l'attention sur un changement de libellé dans le Projet de loi qui pourrait entraver le droit à la liberté d'expression dont jouissent depuis longtemps les radiodiffuseurs.

Dans la Loi actuelle, "le droit à la liberté d'expression et le droit des personnes de capter les émissions, sous la seule réserve des lois et règlements généralement applicables, est incontesté". Dans le nouveau Projet de loi, ce paragraphe semble avoir été remplacé par un libellé beaucoup plus faible qui dit : "la présente loi n'a pas pour effet de subordonner la radiodiffusion d'une émission en particulier à l'autorisation préalable du Conseil".

Le problème de ce libellé est qu'il n'empêcherait pas la possibilité pour le CRTC de s'immiscer dans le contenu d'émissions en particulier.

Nous devons toujours nous rappeler que si ces pouvoirs existent, quelqu'un insistera un jour ou l'autre pour que l'on s'en serve.

Pour une fois, nous pourrions bien nous inspirer de nos voisins du sud. L'article 326 de la Loi américaine sur les communications, laquelle est très claire et directe et ne laisse aucun doute quant à son intention, stipule ce qui suit :

"Rien dans la présente Loi ne doit être compris ou interprété comme donnant au Conseil le pouvoir de censurer les communications ou les signaux transmis par une station de radio, et le Conseil ne peut promulguer ni fixer aucun règlement ni aucune condition qui peuvent interférer avec le droit à la liberté d'expression sous forme de communications radiophoniques." [Traduction]

Notre troisième préoccupation porte sur l'indépendance de la SRC. À titre d'organisme à financement public qui possède le système le plus important de journalisme électronique au pays -- une institution qui doit à l'occasion mordre la main qui la nourrit -- la SRC s'inquiète, et cela se comprend, de sa relation avec le gouvernement. On a parlé traditionnellement de relation d'"autonomie". En lisant le Projet de loi, les administrateurs ont accordé une attention particulière à cet aspect de la nouvelle Loi.

Tout d'abord, nous sommes vraiment réconfortés par le fait que le Projet de loi affirme de façon fondamentale que "la Société jouit, dans la réalisation de sa mission et l'exercice de ses pouvoirs, de la liberté d'expression et de l'indépendance en matière de journalisme, de création et de programmation". Cette déclaration, une nouveauté dans ce Projet de loi, est certainement rassurante. Mais il y a toujours lieu de s'inquiéter quant à l'application du principe.

S'appliquerait-il autant à la production de nos émissions qu'aux fonctions de gestion qui sont liées aussi intimement à ces émissions?

La liberté traditionnelle de gestion de la Société -- dans les limites du mandat même de la Société et sans contraintes indues -- est essentielle au maintien du principe de l'autonomie. Autrement dit, le processus de production et de diffusion des émissions et la gestion de ce processus sont inextricablement liés. Si l'on impose des contraintes indues sur la gestion, la programmation en souffrira inévitablement -- et cela pourrait se faire au détriment du Parlement et des auditoires de la SRC.

Notre quatrième préoccupation est la nouvelle structure de la haute direction de la SRC. Ici, les administrateurs sont préoccupés par plusieurs questions. En outre, vous avez entre les mains mon propre document, dans lequel j'ai analysé les problèmes très sérieux qui, à

mon avis, sont sous-jacents au partage entre le président du Conseil et le chef de la direction.

En bref, nos préoccupations se concentrent sur un facteur essentiel -- à savoir qu'il ne devrait y avoir aucune ambiguïté quant à la compétence sur la direction de la Société.

Toute ambiguïté au sujet du véritable patron ouvrirait vraisemblablement la voie à des pressions -- internes ou externes -- qui pourraient nuire à l'indépendance et à la bonne gestion de la SRC.

S'il doit y avoir un président du Conseil et un président de la Société, plutôt qu'un président et un vice-président exécutif, comme le demandait la Loi de 1968, nous estimons que le président du Conseil devrait être le chef de la direction et qu'il devrait occuper ce poste à temps plein. En outre, nous croyons que ces deux hauts dirigeants devraient être nommés pour une période de sept ans, plutôt que pour cinq ans, comme le prévoit le Projet de loi.

Réduire par rapport à ce qu'il a toujours été le mandat du chef de la direction nuirait à la relation traditionnelle d'autonomie entre la Société et le gouvernement.

Il est vrai que, dans la plupart des sociétés d'État, les présidents ou présidents du Conseil ont des mandats de cinq ans. Cependant, le président de la SRC, le président du CRTC et le gouverneur de la Banque du Canada ont été des exceptions majeures à la règle à cause de la nature très particulière de ces institutions et des postes en question.

Il y a un certain nombre d'autres questions de structure qui nous préoccupent et qui sont décrites dans le mémoire, mais nous aimerions en mentionner particulièrement deux d'entre elles.

La première concerne la disposition selon laquelle il faudrait l'approbation du gouverneur en conseil pour la révocation du président de la Société. Nous estimons que cela restreindrait de façon indue la liberté d'action des administrateurs. Le champ d'action du Conseil d'administration se trouverait davantage restreint par la création de deux comités permanents du Conseil d'administration, l'un sur la radiodiffusion de langue française et l'autre sur la radiodiffusion de langue anglaise. À notre avis, le Conseil d'administration devrait être libre de déterminer les moyens les plus appropriés pour organiser son temps et son énergie en vue de la réalisation du difficile mandat compris dans la Loi sur la radiodiffusion.

Passons maintenant à notre cinquième préoccupation -- c'est-à-dire les parties du Projet de loi qui portent sur les pouvoirs du CRTC.

J'aimerais préciser tout d'abord que j'ai lu le mémoire et la présentation du CRTC devant votre Comité et que je suis tout à fait d'accord avec ce qui a été dit, à part quelques points mineurs.

Nos inquiétudes quant au CRTC visent les dispositions du Projet de loi qui nous semblent être en conflit avec la longue tradition qui dégageait la SRC de la sanction du CRTC.

L'article 23 du Projet de loi affirme que le CRTC ne peut suspendre aucune des licences de la Société, mais cette restriction ne vise que les licences "mentionnées à l'annexe", une annexe qui peut maintenant être modifiée par le gouverneur en conseil sur la recommandation du ministre et à la demande du CRTC (voir l'article 29). Il semblerait maintenant possible pour le gouvernement de restreindre la protection de l'annexe en question et de laisser n'importe quelle licence de la SRC à la merci d'une annulation ou d'une suspension par le CRTC.

Ainsi, d'importants changements pourraient être apportés à l'actuel mandat de la SRC sans l'intervention du Parlement.

Nous aimerions également souligner une autre préoccupation importante de la Société -- qui a d'ailleurs été portée à votre attention par nos collègues du secteur privé. Le Projet de loi, tel qu'il est rédigé,

permettrait au CRTC de s'immiscer dans les activités quotidiennes des radiodiffuseurs. Nous croyons que cela aurait un effet négatif sur l'application juste, équitable et uniforme de la Loi. Cela permettrait à des groupes particuliers de demander au CRTC d'intervenir dans des questions d'exploitation telles que les relations industrielles, les contrats, les relations avec les affiliées, etc.

Nous sommes aussi très inquiets du fait que l'organisme de réglementation serait autorisé à intervenir dans des questions concernant le personnel comme celles qui sont visées par la Loi sur l'équité en matière d'emploi.

Enfin, Monsieur le président, quelques mots au sujet des dispositions du Projet de loi qui portent sur l'administration financière de la SRC.

La Société a été déçue par le fait que le Projet de loi C-136 reste muet sur la question du financement à long terme. Comme la Société l'a souvent expliqué par le passé, le financement à long terme est vital pour la gestion efficace de la Société et son indépendance.

La SRC avait espéré trouver dans le Projet de loi une disposition qui conférerait à la Société certains pouvoirs d'emprunt. Il semblerait maintenant que, si le Projet de loi n'est pas amendé, ni la Société ni

le gouvernement n'auraient la compétence pour autoriser ou faire un emprunt, même modeste, pour financer, par exemple, des remplacements d'immobilisation qui pourraient devenir plus que rentables. De toute évidence, cela rend très difficile la gestion financière d'une entreprise de la taille de la SRC.

J'espère que les commentaires contenus dans notre mémoire ou ceux que je viens de faire pourront vous aider dans vos délibérations.

Le secteur de la radiotélévision intéresse directement peut-être 50 000 personnes. Il n'est pas exagéré de dire que presque chacune d'entre elles sera vraisemblablement influencée par les résultats de vos décisions, sans oublier les millions d'autres touchées quotidiennement par le système canadien de radiodiffusion.



Canadian Broadcasting Corporation
Société Radio-Canada

The Chairmanship or Presidency of the CBC: the Need for Undivided Direction

Pierre Juneau
President
Canadian Broadcasting Corporation



August 25, 1988

This paper deals with the question of unity of direction and leadership in the CBC and the risks for the independence and good management of the CBC if its top authority is divided.

These views, I think, are basically consistent with the position taken by the Board of the Corporation concerning the division of responsibility between the positions of Chairman and Chief Executive Officer proposed in Bill C-136. The position of the Board is expressed in the CBC brief to the Legislative Committee on Bill C-136.

However, the comments expressed here are based on my own professional experience and they are not presented here on behalf of the Board.

For a number of years I have heard observers of the CBC, and particularly politicians, criticizing the CBC for what they felt was an exaggerated dispersal of authority; power they felt was dispersed over the whole Corporation as a result of historical developments. What is now proposed in Bill C-136 would divide the top authority in the CBC by legislation. There would be a Chairman of the Board and the President would be the Chief Executive Officer.

It is clear from the wording of C-136 that it is the President who would have authority over "the work and staff of the Corporation" and not the Chairman.

The role of the President is described in S 41(1): "The President is the Chief Executive Officer of the Corporation and has supervision over and direction of the work and staff of the Corporation..."

The role of the Chairman is as follows in 39(1):

"The Chairman shall preside at meetings of the Board and shall perform such other duties and functions and may exercise such powers as are assigned to the Chairman by the by-laws of the Corporation."

While the Board may assign duties, functions and powers to the Chairman, presumably these could not include duties and powers already assigned by the Act to the President.

It is not clear whether the Chairman would be a full-time or a part-time Chairman. It is clear though, from the wording of Bill C-136, that the Chairman would be separated from the actual work and staff of the CBC.

My view is, and it is also the view of the Board, that if there are two positions, the Chairman should be the CEO and the responsibility should remain with the Chairman and the Board to determine what the precise division of responsibility should be between the Chairman and the President. This view has been expressed as follows to the Special Legislative Committee on Bill C-136:

"The Board has given this matter serious consideration and is of the opinion that if there is to be a Chairman and President instead of a President and an Executive Vice-President, as in the 1968 Act, then the Chairman should be on a full-time basis and should be the Chief Executive Officer. The Chairman, of course, would be principally responsible for policy and the affairs of the Board and the President would be generally responsible for operations. However, the Board should retain the responsibility to determine more specifically the senior structure of the Corporation and establish the precise responsibility of the Chairman and the President.

(...)

The Board feels strongly that clear, unambiguous direction and leadership is essential to the independence of the CBC, to the achievement of its mandate and to its good management."

Previous occupations have enabled me to observe for some thirty-four years the functioning of boards of cultural Crown corporations. I have also chaired or been a member of many boards in the voluntary sector. As Chairman of the CRTC, I have watched, sometimes at close range, the functioning of business corporations in broadcasting and that of the CBC. As Deputy Minister, I have been close to all the cultural Crown corporations and their executives.

I think I can express my opinion with some objectivity in the present circumstances, since the Minister of Communications has stated that it would be the policy of the Government not to proclaim these sections of the Bill until the mandate of the incumbent President is terminated.

The change that is envisaged, I think, would be regrettable and harmful to the CBC.

It would among other things damage the independence of the CBC because it would create an ambiguity at the top. This ambiguity would make the CBC more vulnerable to various forms of pressures either internal or external. Such a situation represents a much greater danger for the CBC than for other crown corporations because the CBC is a journalistic and creative institution.

Under the present Act, the President of the Canadian Broadcasting Corporation is the Chairman of the Board and Chief Executive Officer of the Corporation. He is appointed by Governor-in-council. The Executive Vice-President is "responsible to the President for the management of broadcasting operations in accordance with policies prescribed by the Corporation and for such other duties as the President may assign to him from time to time."

The Task Force on Broadcasting Policy (Caplan-Sauvageau) recommended that "the offices of the Chairman of the Board of Directors and the President and Chief Executive Officer of the CBC be separate and clearly defined."

The Fourth and Fifteenth Reports of the Standing Committee on Communications and Culture also recommended both a Chairman of the Board and a President, but did not stipulate who would be Chief Executive Officer. However the Committee recommended that the Chairman be appointed by the Governor-in-Council and the President by the Board. It could be presumed that in this situation the Board would establish the respective responsibilities, which as I said, is highly desirable.

Neither the Caplan-Sauvageau Task Force nor the Standing Committee appear to have made these recommendations as a result of a study of the management and accountability structure in the CBC. Neither could I find any evidence of a study of this matter in the Government.

The question is not whether there should be two separate positions. There are two positions now. The issue is the separation of the role of Chairman from that of CEO. Combining the roles of Chairman and CEO is a most frequent industry practice. I think the combined role helps the CBC and its Board to do their job and it is essential if the Board is to be held publicly accountable. There are however other changes that I will mention later and which could help to improve CBC's accountability.

I think, with many others, that the Government should appoint the Chairman and the Directors and that all other officers without exception should be appointed by the Board. Moreover, it is the view of the Board that it should have the authority to remove the President without having to refer to the Government.

Some members of the academic community and some business leaders recommend separating the roles of Chairman and CEO of private sector corporations. Unfriendly takeover attempts, and companies' efforts to avoid them, have renewed discussion of the role of the board and of the notion of separate roles. But my enquiries have produced no studies showing which executive structure leads to more effective boards or better corporate performance.

The primary objective of the Task Force in separating the two senior corporate positions was to distance Board functions from operating functions. The Task Force argued that this distance is essential to insulate the CBC's creative and journalistic operations from political pressure, since the Board and Chairman are Governor-in-Council appointees. It did not indicate that political pressure is being applied to the current operations of the CBC through the Board, but stressed that "creative autonomy in a publicly funded broadcasting organization is a precious commodity that must be protected not only from real compromise but from the slightest hint or appearance of compromise." It was also concerned that "a President who is appointed for the express purpose of heading the daily management of the corporation's affairs will inevitably place less priority on the Board's policy-making functions than on becoming a full-time advocate for programmers and program-makers." This concern again seemed to be inspired more by opinion than facts since the Task Force did not say, and made no study to show, that the current distribution of emphasis between policy and operational functions is inappropriate in practice.

The Task Force, like the previous examiners, recommended Board appointment of the President and CEO, but without the need for formal government approval. Removing government involvement in the CEO's appointment was felt to be essential to further ensure operation at arm's length from the government. This is at best, I think, a two edged sword.

The Standing Committee on Communications and Culture in its Fourth and Fifteenth Reports supported the Task Force's proposals. It recommended that the Broadcasting Act be amended to:

- Provide for a Chairman of the Board, to be appointed by the Governor-in-Council on the recommendation of the Minister after consultation with the CBC Board of Directors

- Provide for a President, to be appointed by and responsible to the Board of Directors
- Have the Chairman responsible primarily for the Corporation's policies and the President for policy implementation.

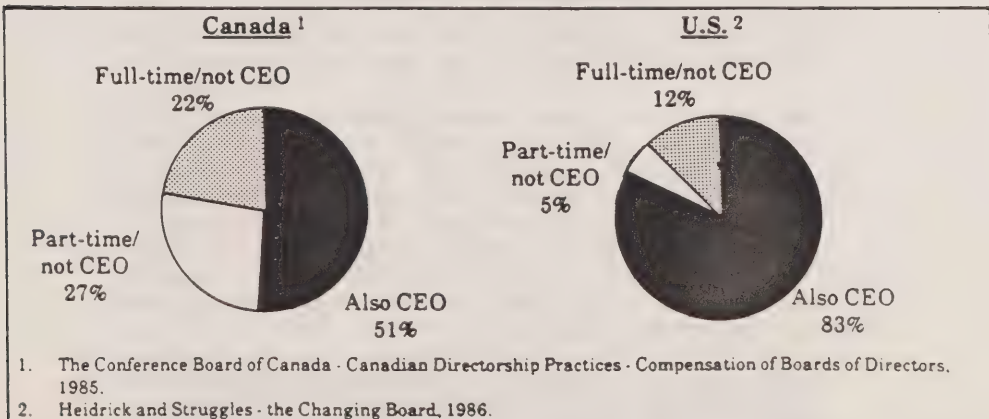
THE COMBINED ROLE IN INDUSTRY PRACTICE

In the view of the proponents for a Chairman separate from the CEO, the Board would ideally function independently of management in formulating policy, and in monitoring management's performance in policy implementation. Concurrent with this idealized view, the roles of Chairman and CEO would be separated in the hope that this would achieve objective monitoring of management performance.

To be sure, a chairman who is also CEO has an onerous task in fulfilling the combined role. He must balance the needs and rights of shareholders and of management. But, while difficult, it is seen as the right structure for many corporations.

Enquiries indicate that the roles of chairman and chief executive officer are combined in more than 50 per cent of Canadian corporations and in more than 80 per cent of U.S. corporations. In most of the remaining corporations, the chairmen have full-time responsibility and have previously been executives of the companies they chair. They are part and parcel of management.

POSITION OF CHAIRMAN



Practice counters the idealized view because the board cannot fulfil its role if it functions independently of management. The chairman and the board cannot function without the cooperation of the CEO. In order to direct the corporation, the board must understand the corporation's capabilities, problems and opportunities. In order to hold management accountable, the board must have ready access to information. The CEO's cooperation is critical in providing the necessary information in both areas.

Many successful business leaders go beyond this to say that combining the roles of chairman and CEO is one of the best ways to ensure that the board and senior executives work in concert to move the corporation ahead. Indeed we must remember that the role of the chairman and the board is not only to supervise but to ensure success, that is the achievement of objectives. In other words, the Board and its Chairman are not principally "watch-dogs", they must be "entrepreneurs".

In fact, 87 per cent of CEOs in a survey of Fortune 1000 companies indicated disagreement with the statement that "boards would be more effective headed by independent chairmen who are not CEOs of the organizations they chair." (Heidrick and Struggles, the Changing Board, 1986).

While one could say that self interest is a factor in this belief, arguments of CEOs clearly rise above this as evidenced by the following quotations:

"The critical necessity for an active and independent board which can effectively monitor the financial, social and law-compliance performance of operating management has led in some quarters to suggestions that the functions of board chairman and chief executive officer be separated and lodged in two persons each directly responsible to the full board.

We note first that some companies have at particular times separated the role of CEO and of board chairman and that this has worked well on those occasions where the two individuals involved were compatible and where there was a clear delineation of the two roles. In other cases, however, the separation seems not to have worked well and to have been abandoned.

The general experience of the Roundtable members has been that the board functions well where the CEO also serves as chairman and where there is no sharp organizational

line drawn between the board and operating management. It would be a mistake to suppose that the board can perform its mission apart from the chief executive officer or in an adversary relationship with him." (Statement of the Business Roundtable, an organization of CEOs of the 200 largest U.S. corporations, January 1978).

"I also believe it would weaken and not strengthen accountability to relegate the chairman of the board to a neutral presidency role unable to execute the board's decisions. Dividing the role of chairman and CEO - it may well work in some instances but far too often I would see it, and have seen it, lead to a severe fragmentation and to the board starting to manage rather than oversee." (Harold W. McGraw Jr., Chairman and Chief Executive Officer, McGraw-Hill Inc., New York).

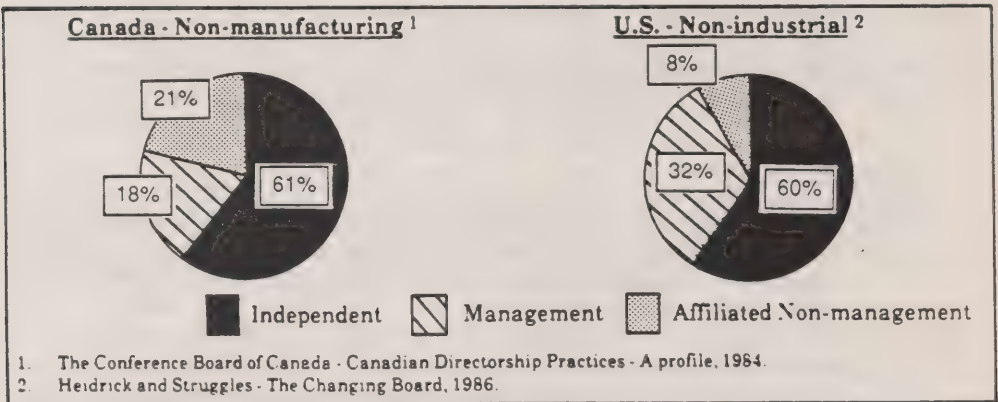
"Over the years I have been on the boards of Mobil, AT&T, Chemical Bank, Caterpillar Tractor, Signal Cos., American Express, Time Inc. and Wheelabrator-Frye. I have not seen any instance where a CEO made a practice of intimidation, manipulation and concealment in his relations with his board of directors. On the contrary, my experience is that the prime guideline of today's successful CEO is - never let the directors be surprised".

"My experience suggests that the greatest thing a shareholder has going for him is his commonality of interest with management in the financial success of the company. In all the companies I've had any connection with, management prospers most when shareholders prosper most." (Rawleigh Warner Sr., Chairman, Mobil Corp.).

"For a company to operate satisfactorily, there cannot be a continuing adversarial relationship with the board. The board effectively appoints the CEO, sets his remuneration, and can remove him. Hence, the board is obviously the boss, but the board has to be led by the CEO and a consensus reached on all matters where the board is concerned. And that, in practice, is what happens." (J. Hugh Stevens, Chairman and Chief Executive Officer, Canada Wire & Cable Ltd.).

In the private sector, the board and management are further tied together through the common practice of nominating other executives besides the chairman and CEO to sit on the board. Typical management board members include presidents, executive vice-presidents, and senior vice-presidents of finance. Management representation increases the board's familiarity with the business and can aid the board in succession planning. At the same time, it is of course common practice to appoint independent directors who are not affiliated with corporate management (i.e., not dependent on the corporation for their livelihood). Outside directors bring objective and external perspectives to the board.

COMPOSITION OF BOARD



While the majority of North American directors are independent, the chairman and other directors are instrumental in recommending potential candidates for selection as outside directors. The management and maintenance of a sound board is their responsibility. They are in the best position to determine what the board requires in a new director and to ensure that the individuals considered are ones with whom they can develop a constructive working relationship.

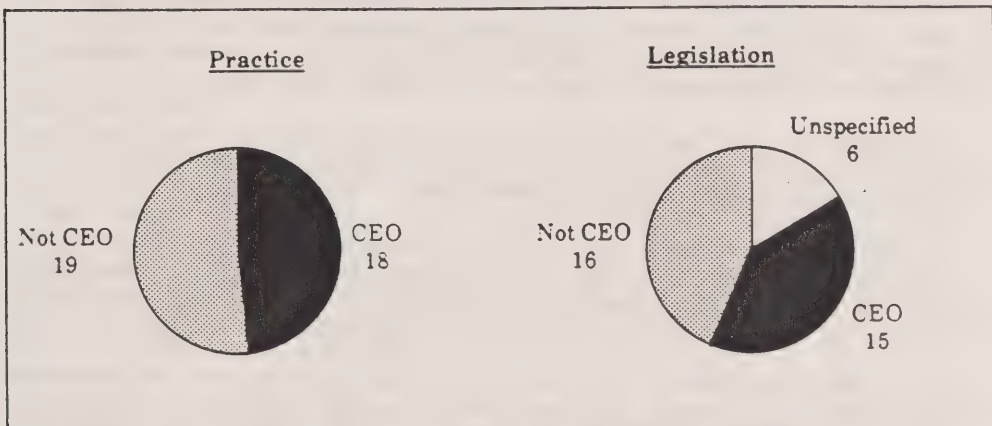
HOW OUTSIDE DIRECTORS ARE LOCATED

| | CANADA % | U.S. % |
|--------------------------------------|-------------|-----------|
| Recommendation of chairman | 70.6 | 81.3 |
| Recommendation of board members | 62.8 | 77.3 |
| Nominating committee | 43.1 | 63.7 |
| Recommendation of corporate officers | 35.1 | 37.4 |
| Other | 29.5 | 26.0 |

Another factor is that the turnover of board members is not the same in private companies.

In the public sector, there is no common standard in practice or in legislation for the roles of chairman and CEO. In reviewing the 37 Crown corporations, including the CBC, that meet the Lambert Commission's criteria for true Crown corporations, the two senior roles are combined in practice in close to half of the corporations. In legislation, the assignment of CEO responsibility is often unspecified presumably providing the government and corporation with some flexibility to structure the roles of chairman and CEO as the needs and circumstances of the organization change.

POSITION OF CHAIRMAN IN 37 CROWN CORPORATIONS



All of the directors of Crown corporations are appointed by Order-in-Council, and except for the chairman and/or president, are independent from management. This results in a much greater distance between the board and management than seems to exist in most private companies.

Few public sector boards have a formal role to play in the appointment of the chairman or new directors. The National Arts Centre Corporation (N.A.C.) and local ports corporations are the only crown corporations where the board appoints the CEO. The CEO of the N.A.C. is not on the board. Of the remaining Crown corporation boards, the board of Air Canada is the only one that by law is consulted before chairman and CEO appointments.

THE COMBINED ROLE
IN CBC PRACTICE

There seem to be two completely opposed motives behind the idea of separating the roles of Chairman and President of the CBC:

some observers propose distancing the Board from management to preserve journalistic and program integrity and to avoid potential political influence through board members on operations;

other observers propose distancing the Board from management to ensure that the Board is not coopted by management and can objectively and forcefully direct and chastise management.

Both objectives involve, in my opinion, unrealistic views of practical situations and they are obviously in conflict. They want the same thing but for conflicting reasons.

In effect, the CBC places great importance on maintaining journalistic integrity and on effectively directing operations to fulfill its mandate.

In practice, a delicate balance must be maintained between the two objectives. The CBC currently maintains the balance in the same way as most corporations through the combined roles of Chairman and CEO in one person.

If separation were to occur this balance could be jeopardized because the forced distance between the Board and management can easily lead to an adversarial and not a cooperative relationship. If an adversarial relationship develops both objectives are likely to be jeopardized.

The objective of management independence and freedom from political influence would likely not be better achieved. Trust disappears in adversarial relationships. Paradoxically, the natural reaction of an adversarial Board would be to increase its involvement in operations. As an earlier quotation puts it, it leads "to the board starting to manage rather than oversee."

On the other hand, the desire for more objective direction and monitoring of management performance will likely not be better achieved either. The adversarial relationship between the Board and management would work against the free and open exchange of information that is essential for the Board to perform its role effectively. It would weaken and not strengthen accountability.

An adversarial relationship between the CBC Board and management might not only upset the smooth functioning of the senior executive level, it likely would be harmful to the very essence of the Corporation. The CBC is a cultural organization with a creative product. Creative output only comes from motivated creative people. It cannot be commanded, it must be fostered. To function well, creative organizations must get leadership and encouragement from the top, including the Board, and not just surveillance and chastising. An adversarial relationship, a breakdown of trust, and a disruption of the open exchange of information could create a climate in which creativity could not flourish and from which CBC's most creative people would flee.

Of course, the Board and its Chairman have to ensure that the decisions of the Board are implemented. This involves the application of certain methods and disciplines. It can and does also involve occasional criticism. But criticism is much more readily accepted and acted upon if there is, through the Chairman, a closer relationship between the Board and the staff.

Legislation stipulating that the Chairman is not the Chief Executive Officer could lead to confusion and disharmony in other ways. The CBC is very much in the eye of the public and politicians. Its top person needs to be more than a symbol. Indeed no Chairman of the CBC would be allowed by public opinion, or even by Members of Parliament or by other public representatives, to remain a symbol. He or she is expected to speak for the Corporation, to respond to criticism, and take appropriate action. These capabilities must reside in the CEO, and if the CEO is not the Chairman, then the Chairman, on behalf of the Board, cannot be fully accountable. The Board must be publicly accountable for developing the Corporation's policies and plans and monitoring the results of operations. Since these are the most important executive functions in the Corporation, the Chairman who carries them out on behalf of the Board is, de facto, the Chief Executive Officer. As the Business Roundtable has stated it, "the CEO should not, as a board member, be subordinate to anyone."

Moreover, enshrining by law the chief executive authority in someone other than the Chairman would reduce the Board's flexibility in many ways.

For instance, the CBC operates in the two official languages. It is essential that the top officials form a team able to deal effectively together with the complex cultural differences and characteristics of both sides of the CBC. This notion is now being strengthened in C-136. They must also be able to maintain and foster cooperation between both sides. Even if both the Chairman and the President are bilingual, which is indispensable, inevitably they cannot be

equally familiar with the cultural background and attitudes of each side of the Corporation. This is another reason why a rigid, legalistic division of authority like the one proposed is unrealistic.

The course of action advocated in this paper could be achieved by changing the title of President to Chairman and Executive Vice-President to President. The definitions of role in S of the 1968 Act are, in my view, very realistic.

All recent recommendations for having a Chairman and a separate President agree on this one essential feature: that the Government would continue to appoint only the most senior officer. The accountability and authority of the Board would be undermined, in my view, if the Government appointed both of the most senior officers - either the President and EVP using the current titles, or the Chairman and President using the proposed titles. Moreover, if the Government appoints both senior officers, they would hold their authority from the Government and not from the Board. Fortunately, this is not what the present Bill envisages.

The British Broadcasting Corporation (BBC) has a structure of separate roles where the Chairman is not the CEO but it has experienced the two problems that the critics of the CBC's combined role are seeking to avoid. The BBC Board of Governors is appointed by government and is distinctly separate from management - the Director-General is CEO and is appointed by, but does not sit on, the Board. Over the past few years, the BBC has been the subject of numerous criticisms by politicians for inaccurate journalism and biased programming. Eventually, the director-general, Alisdair Milne, was forced to resign. The fate of Milne's predecessor, Sir Ian Trethowan, also provides demonstration of the potential for the other problem of maintaining operations at arm's-length in a structure of separate roles. Trethowan stepped down in 1982 before completing his full term, following press reports that BBC producers had suffered a crisis of confidence in leadership that they believed was too willing to surrender its journalistic independence to government.

It appears from my enquiries that the CBC's current executive structure largely conforms with best industry practice - even though it uses the titles of President instead of Chairman and CEO and Executive Vice-President instead of President. The roles of the CBC's Board and operating management are separate and clearly defined. The President holds chief executive authority, chairs the Board, and, as the only inside director, is instrumental in ensuring the effective functioning of the Board in concert with operations.

CBC's creative and journalistic operations do operate at arm's length from outside influences and political pressures. In practice and in law, all operating and staff positions are creations of the Board, not the Government. By law, the Government's responsibility is to appoint the Board and President and to approve the budget level, not to approve program decisions. The board establishes program and journalistic policies within which managers and producers operate. Management is free to review the policies and to recommend changes to the Board.

The Board and President actively direct management through development and communication of policies. A review of Board agendas shows that the Board spends the majority of its time on policy issues. So does the President, whose direct responsibilities are in fact limited to planning, corporate affairs, and the monitoring of policy. The Internal Auditor also reports to the President. The President is also the main spokesperson for the Corporation. The Executive Vice-President (EVP) is the Chief Operating Officer (COO), with direct responsibility for English network TV, French network TV, English network radio, French network radio, regional operations and communications. The responsibilities include among other things programming, marketing and sales. His role in implementation is facilitated by policies covering all key aspects of CBC's operations.

The commitment of the Board and President to the development of clear and workable operating policies is evidenced by this formal statement on policy development which prefaces the Corporate Policy Manual:

"The Canadian Broadcasting Corporation's philosophy of broadcasting is found in the Broadcasting Act. From this philosophy the President and other Directors develop principles regarding every aspect of the Corporation's broadcasting role, and it is from these principles that most corporate policies evolve. Other corporate policies flow from the Corporation's need to comply with legal requirements found in other applicable statutes as well as from the President's and the other Directors' desire to function within the mainstream of the Canadian business, social, and moral current.

Corporate policies extend general principles into workable guidelines and explain simply the Corporation's objectives and goals, its views on the major aspects of its broadcasting role, the way it interprets its mandate, and the reasons behind the position the Corporation takes on areas of public

concern related to broadcasting. Corporate policies provide the foundation on which subsequent functional corporate policies and procedures are built by the departments charged with that responsibility." (March 15, 1978).

Over the years, CBC Boards and Presidents have developed and approved policies concerning all aspects of corporate and operating responsibilities. Corporate policies are widely distributed throughout the Corporation in major policy manuals including the Corporate Policy Manual, Functional Corporate Policies, Advertising Standards, Journalistic Policy and Program Policies. (See Appendix A for a description of CBC's major policy manuals and Appendix B for specific policies contained in each manual.) In addition, operating policy and procedure manuals are maintained in each functional area.

The Board meets frequently, approximately once a month either for a day or a day and a half. There are also committees of the Board. During the last fiscal year Board meetings and committee meetings have represented 63 working days. Policy matters are discussed on a regular basis by the Board to ensure continued applicability of existing policies and to formulate new policies as required. Staff executives are called by the Board to review policy development and its implementation.

Some of the policy matters discussed over the last two years include:

POLICY RELATED MATTERS OF RECENT BOARD DISCUSSION

| | | |
|--|--------------------------------|---|
| . License renewal hearings | . Corporate plan | . Portrayal of Women |
| . Caplan-Sauvageau Report | . Pension plan amendments | . Current and future direction of English Radio |
| . Community access to CBC transmitters | . National Finance System | . CBC engineering effectiveness |
| . Prime Ministerial broadcasts | . Access to Information Act | . Opinion polls policy |
| . 1987-88 budget allocations | . CBC corporate identification | . Co-productions with government departments |
| . Early retirement incentives | . Commercial acceptance policy | . Sponsorship of radio |
| . CBC Enterprises - raison d'être | . House of Commons channel | . Affiliate relations |
| . Public health announcements | . Copyright legislation | . Plans and priorities for RCI |
| | . Employment equity | |
| | . Specialty channels | |

There are also committees of the Board and joint committees of the board and management to ensure that work continues in key areas between board meetings. These currently include three committees established under the by-laws of the corporation and two ad hoc committees:

The Executive Committee which consists of the president and four other directors.

The Audit Committee which consists of three directors not including the President but the President attends all meetings. The Committee meets regularly.

The Pension Board of Trustees consists of two members of the Board, one of whom takes the chair.

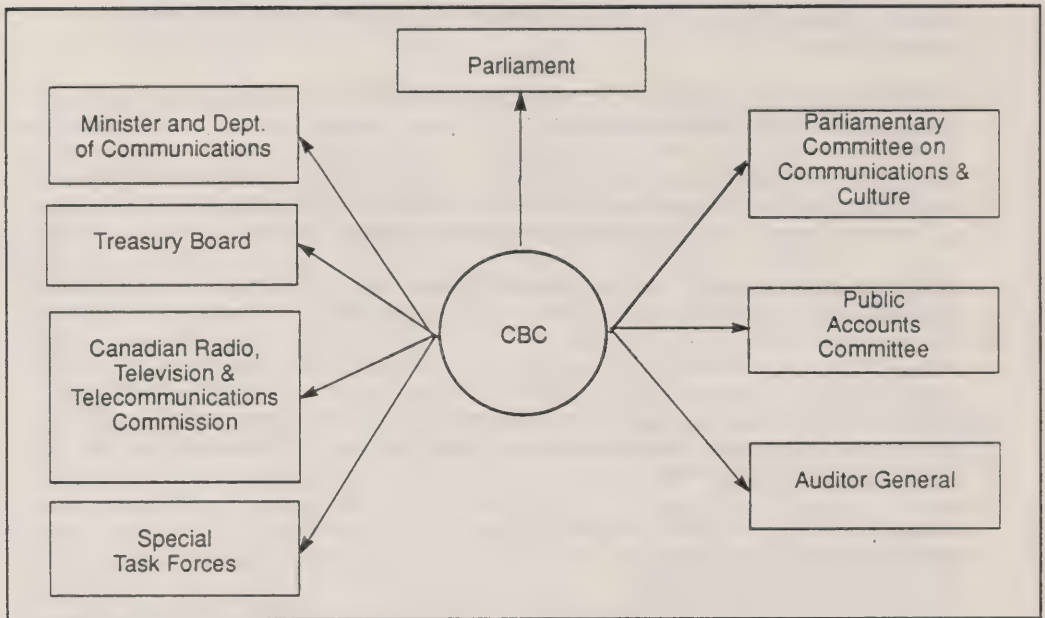
From time to time the Board will strike an ad hoc committee to examine a specific project. At the moment, the Toronto Broadcast Centre Project and the Montreal Site Development Project are the object of scrutiny by separate committees.

ACCOUNTABILITY AND CHANGES
WHICH COULD IMPROVE
CBC'S ACCOUNTABILITY

CBC's accountability framework is established by law. The President is appointed for seven years by order-in-council. The Board is clearly accountable to Parliament and management is accountable to the Board.

CBC operates within a mandate established by the Broadcasting Act, regulations and conditions of licence established by the CRTC, budgets established by the Government and approved by Parliament, annual audits by the Auditor General, annual reports on operations to the Minister and Parliament, regular appearances before parliamentary committees and frequent investigations by special committees, task forces and royal commissions. This framework ensures Board accountability to the Government on some matters and to Parliament, while maintaining an arm's-length relationship.

CBC'S ACCOUNTABILITY FRAMEWORK



The Board appoints the EVP on the recommendation of the President, with the approval of the Governor-in-Council.

Section 38(1) of the present Act says that the Executive Vice-President "shall be responsible to the President for the management of broadcasting operations in accordance with policies presented by the Corporation and for such other duties as the President may assign to him from time to time."

POSSIBLE IMPROVEMENTS

The CBC's accountability framework could be strengthened by adopting the recommendations of commissions and task forces concerning consultation on Board appointments. The recommendations are that the Board of Directors should be consulted prior to Governor-in-Council appointment of the Chairman of the Board, and that the Chairman should be consulted prior to Governor-in-Council appointment of Directors. These recommendations are in line with the best industry practice.

Consultation on Director and Chairman appointments would help to build a strong and representative Board and maintain good working relationships between Board members. The Directors would have a greater feeling of authority and responsibility in advising on the selection of a Chairman in whom they have confidence and with whom they are able to work. The Chairman is in a good position to identify what skills and expertise new Directors should bring to increase the effectiveness of the Board and balance in its membership.

It would no doubt be helpful also if there existed some terms of reference for the appointment of Board members. Such terms of reference would refer to balance in the composition of the Board in relation to regions, experience, sex, language, etc. Emphasis would be put on the need for balance in cultural and professional background.

To summarize, my position is that the Board of the CBC has given this matter serious consideration and is of the opinion that if there is to be a Chairman and President instead of a President and an Executive Vice-President, as in the 1968 Act, then the Chairman should be on a full-time basis and should be the Chief Executive Officer. The Chairman, of course, would be principally responsible for policy and the affairs of the Board and the President would be generally responsible for operations.

Moreover, the Chairman should be appointed for a period of seven years rather than the five-year term included in the Bill. Reducing the seven year term of the CEO of the Corporation from what it has always been would adversely affect the traditional arm's-length relationship between the Corporation and the Government.

I feel strongly, as the Board of the CBC does, that unambiguous direction and leadership is essential to the independence of the CBC, to the achievement of its mandate and to its good management.

Any ambiguity is likely to give rise to pressures, internal or external, which would be detrimental to the independence and the successful management of the CBC. Such clarity is also a condition of real accountability.

Finally, I would like to insist that the CBC must function in an atmosphere of cooperation and teamwork. It is a condition of creativity. Cooperation between the creative, technical and administrative staff and senior management. Cooperation between the English-speaking and French-speaking sides of the Corporation. Cooperation between management and the Board. This in turn requires teamwork and unambiguous, undivided direction and leadership.

DESCRIPTION OF CBC'S MAJOR POLICY MANUALS

| Major Policy Manuals | Description of Policy Direction | List of Contents |
|-------------------------------|--|---|
| Corporate Policy | <ul style="list-style-type: none"> - Broadcasting Act and By-Laws on which policies are based - General corporate-wide policies dealing with matters of basic corporate philosophy and principles | <ul style="list-style-type: none"> - Broadcast Act - legislative mandate - By-Laws - management of the board and corporation - Pension Plan - fund management policies and procedures - Corporate Policies |
| Functional Corporate Policies | <ul style="list-style-type: none"> - Companion volume to the Corporate Policy Manual - Provides more direct guidance in particular areas of corporate activity with references to policies contained in separate, more detailed manuals maintained in the functional areas (i.e., Engineering maintains the Engineering Standards and Procedures Manual; Finance maintains the Finance Policy Manual, the Capital Assets Manual and the Credit and Collection Procedures Manual) | <ul style="list-style-type: none"> - Office of the executive vice-president - Senior vice-president - Communications - Corporate secretary - Engineering - Finance - Human resources - Planning/corporate affairs |
| Advertising Standards | <ul style="list-style-type: none"> - Sets out the controls applicable to the corporation's commercial operations - Designed to provide a distinctive CBC advertising service by controlling content and scheduling of commercial messages in CBC facilities | <ul style="list-style-type: none"> - Administration - television and radio - General principles - Advertising content - Legal matters - Scheduling limits - CRTC |
| Program Policies | <ul style="list-style-type: none"> - Provide a firm base for creativity - Enable the corporation to deal confidently and equitably with external pressures, reinforcing its mandate | <ul style="list-style-type: none"> - CBC mandate, 18 specific programming policies and 5 related policies |
| Journalistic Policy | <ul style="list-style-type: none"> - Brings together all of the CBC's policies dealing with the many aspects of the philosophy and practice of journalism | <ul style="list-style-type: none"> - Principles and standards - Method - Rights of the public - Specialized program forms - Legal - Related CBC policies |

SPECIFIC POLICIES CONTAINED IN CBC'S MAJOR POLICY MANUALS**Corporate Policies**

| | |
|--|---|
| Integrity of the corporate identification system | Outside requests for information and non-broadcast material |
| Extended distribution of broadcasts of national or regional importance | CBC programming and national unity |
| CBC program content responsibility | Radio Canada International |
| Official languages at CBC | Preservation of CBC programs and documents |
| International distribution of CBC television programs and program material | CBC relations with the Canadian public |
| Equal opportunity of employment in the CBC | Outside requests for CBC broadcast material |
| Recognition of audience sensitivities | Broadcasts of national importance |
| Affiliated stations | CBC coproductions with Pay-TV operations |
| Retention of recorded videotapes | CBC book publishing |
| Prime Ministerial broadcasts | Coproductions with government departments/agencies and non-profit organizations |
| Broadcast talks by provincial premiers | Community radio access in southern Canada |

Functional Corporate Policies*

| | |
|--|--|
| Office of the Executive Vice-President | Engineering |
| Tangible non-capital assets | Engineering standards and procedures |
| Acquisition of privately-owned broadcasting facilities | Special events pool equipment |
| Corporate Program Services | Finance |
| Clearance of music | The reporting of accidents |
| Retention and disposal of TV recordings on film | Delegation of signing authority |
| Senior Vice-President | Human Resources |
| Office products and technology guide | Refers reader to functional policy manuals |
| MIS - personal computers and word processors | |
| Communications | Planning/Corporate Affairs |
| Communications objectives and responsibilities | Corporate housing |
| Advertising, sales promotion and public relations | Television affiliation relationship |
| Corporate Secretary, sp. advisor to President | |
| Secretariat - public service announcements | |

* Provides a small sample of specific policies in each area for illustration purposes

Advertising Standards Policies**ADMINISTRATION**

Functions and responsibilities

GENERAL PRINCIPLES

Truth in advertising

Standards of taste

Controversial advertising

Reputation of advertiser

Advertising directed to children

ADVERTISING CONTENT

Advertiser identification

Comparison advertising

Endorsements or testimonials

Advertising in broadcasting language of station

Secondary advertisers

Unacceptable advertising

LEGAL MATTERS

Commercial contests

Investment advertising

Beer, wine, cider and spirituous liquors

Outside requests for commercial material and information

CRTC inspection of CBC station records

Provincial regulations affecting broadcast advertising

SCHEDULING LIMITS

Program integrity

News broadcasts

Non-sponsorable programs

Repetition of commercials

Commercial limits and formats - television

Separation of commercial material from program content

Commercial limits and formats - radio

Paid political advertising -

federal general elections

CRTC regulations

Program Policies

Stereotypes in CBC programming

Portrayal of women in CBC programming

Opening and closing procedures

Announcement and commemorative programming

-- deaths of important people

Radio Canada International programming

Multicultural broadcasting

Hiring of political figures on CBC programs

Programming not eligible for commercial content

Program research

Opinions on controversial matters expressed on entertainment programs

Commercial impact

Good taste

Violence in general programming

Contests, quiz programs and lotteries

Provision of legal assistance

Production credits

RELATED POLICIES

CBC programming and national unity

Recognition of audience sensitivities

Outside requests for CBC broadcast material

Public service announcements

Perimeter or on-site advertising

Journalistic Policies

PRINCIPLES AND STANDARDS

Journalistic principles
 Balance
 Good taste
 Violence
 On-air personnel
 Manipulation of public opinion
 Corrections and retractions

METHOD

Editing
 Editorial use of technology
 Interviews
 Research
 Clandestine methods
 Anonymous program participants
 Mixture of production forms
 Protection of sources
 Payment of fees
 Free travel
 Payment to M.P.s, Senators, etc.
 Opinion polls

RIGHTS OF THE PUBLIC

Right to privacy
 Right to reply
 Complaints with legal implications
 Rights of invited participants and interviewees
 Requests to CBC to withhold material
 Veto of program material by invited program participants

SPECIALIZED PROGRAM FORMS

Investigative journalism
 Open line and phone out
 Consumer broadcasting
 Satire

LEGAL

Legal assistance
 Contempt of court
 Canadian Charter of Rights and Freedoms
 Court reporting - civil proceedings
 Court reporting - criminal proceedings
 Court reporting - trials of juveniles
 Defamation
 Defences against allegations of defamation
 Copyright
 Counselling an offence
 False and misleading news
 Trespass
 Hate propaganda and blasphemy
 Obscenity
 Protection of privacy
 Official secrets

RELATED CBC POLICIES

CBC programming and national unity
 CBC program content responsibility
 Political activity - CBC personnel
 Hiring of political figures on CBC programs
 Broadcasts of national importance
 Election "blackouts"
 Premature broadcast of election results



Société Radio-Canada
Canadian Broadcasting Corporation

La présidence de Radio-Canada : nécessité d'une direction claire

Pierre Juneau
Président
Société Radio-Canada

Le 25 août 1988

Ce document traite de la question d'une direction et d'une orientation claires à la SRC, ainsi que des risques que comporte la division de l'autorité supérieure à l'égard de l'indépendance et de la bonne gestion de la Société.

Ces idées, je crois, correspondent de façon générale à la position adoptée par le Conseil d'administration de la Société au sujet de la division des responsabilités entre le président du Conseil d'administration et le président-directeur général que propose le Projet de loi C-136. La position du Conseil d'administration est exprimée dans le mémoire de la SRC au Comité législatif sur le Projet de loi C-136.

Cependant, les commentaires consignés ici sont basés sur ma propre expérience professionnelle et ne sont pas présentés au nom du Conseil d'administration.

Pendant un certain nombre d'années, j'ai entendu souvent les critiques de Radio-Canada, et plus particulièrement les observateurs politiques, dire que l'autorité ou le pouvoir à la SRC était exagérément dispersé; selon les critiques cette dissémination de l'autorité résultait du contexte historique. Or, le nouveau Projet de loi C-136 propose d'instituer une division des fonctions supérieures à Radio-Canada. Il y aurait en effet un président du Conseil d'administration et un président-directeur général.

Il est clair, d'après les termes mêmes du Projet de loi C-136, que c'est le président-directeur général qui assure "la direction de la Société et de son personnel", et non pas le président du Conseil.

Le rôle du président-directeur général est ainsi décrit à l'article 41.(1) : "Le président-directeur général assure la direction de la Société et de son personnel."

Le rôle du président du conseil est le suivant, selon l'article 39.(1) : "Le président du conseil préside les réunions du conseil d'administration et exerce les attributions que lui confèrent les règlements administratifs de la Société."

Le Conseil pourrait assigner des tâches, attribuer des fonctions et conférer des pouvoirs au président du Conseil, mais probablement pas ceux que la Loi attribuerait déjà au président-directeur général.

On ne sait pas très bien si le président du Conseil assumerait ses fonctions à temps plein ou à temps partiel. Mais, d'après le texte du Projet de loi C-136, il est clair qu'il serait séparé de la direction de la SRC et de son personnel.

Pour plus de clarté et de simplicité, j'emploierai dans ce document les abréviations suivantes : PDG pour président-directeur général et PCA pour président du Conseil d'administration.

Je suis d'avis, et c'est également l'opinion du Conseil d'administration, que s'il doit y avoir deux postes, c'est le PCA qui devrait être l'âme dirigeante de la Société. Le PCA et le Conseil d'administration devraient conserver la responsabilité de déterminer précisément la façon dont le PCA et le PDG devraient se partager les responsabilités. Cette opinion a été exprimée de la façon suivante au Comité législatif sur le Projet de loi C-136 :

"Le Conseil d'administration a examiné sérieusement cette question et il est d'avis que, s'il doit y avoir un président du Conseil et un président de la Société plutôt qu'un président et un vice-président exécutif, comme le demandait la Loi de 1968, le président du Conseil devrait alors occuper ce poste à temps plein et assurer la direction de la Société. Évidemment, le président du Conseil serait principalement responsable de la politique et des affaires du Conseil et le président de la Société serait chargé, de façon générale, de l'exploitation. Cependant, il reviendrait au Conseil de déterminer de façon plus précise la structure de la haute direction de la Société et d'établir les responsabilités particulières du président du Conseil et du président de la Société.
(...)

Le Conseil est fermement d'avis qu'une direction claire et libre de toute ambiguïté est essentielle à l'indépendance de la SRC, à la réalisation de son mandat et à sa bonne gestion."

Au cours de ma carrière j'ai pu observer pendant quelque trente-quatre ans le fonctionnement des conseils d'administration de sociétés d'État à vocation culturelle. J'ai également été président ou membre de nombreux conseils dans le secteur du bénévolat. À titre de président du CRTC, j'ai pu voir, parfois de très près, le fonctionnement des sociétés privées de radiodiffusion et celui de la SRC. En tant que sous-ministre, j'ai été également très proche de toutes les sociétés d'État culturelles et de leurs hauts dirigeants.

J'estime pouvoir exprimer cet avis avec une certaine objectivité, dans les circonstances actuelles, car la ministre des Communications a déclaré que le gouvernement ne promulguerait pas ces articles du Projet de loi jusqu'à ce que le mandat du président en poste soit expiré.

Je pense que le changement qui est envisagé serait regrettable et nuisible à la Société.

Il nuirait, entre autres, à l'indépendance de la Société dans la mesure où il créerait une ambiguïté au niveau le plus élevé. Cette ambiguïté rendrait la Société plus vulnérable devant les diverses formes de pressions internes ou externes. Une telle situation représente un danger beaucoup plus grand pour la SRC que pour toute autre société d'État, car elle est une institution journalistique et créatrice.

De par la Loi actuelle, le président de la Société Radio-Canada est également le président du Conseil d'administration et l'administrateur en chef de la Société. Il est nommé par le gouverneur en conseil. Le vice-président exécutif est "responsable envers le président de la direction des opérations de radiodiffusion selon les principes établis par la Société, et des autres fonctions que le président peut lui assigner à l'occasion".

Le Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion (Caplan-Sauvageau) a recommandé que "le président du Conseil d'administration et le président-directeur général de Radio-Canada soient deux titulaires distincts aux fonctions clairement définies".

Les quatrième et quinzième rapports du Comité permanent des communications et de la culture ont également recommandé qu'il y ait un président du Conseil d'administration et un président de la Société distincts mais n'ont pas précisé qui assurerait la direction générale. Le Comité a cependant recommandé que le PCA soit nommé par le gouverneur en conseil et que le président de la Société le soit par le Conseil d'administration. On peut supposer que, dans ce cas, le Conseil d'administration établirait les responsabilités respectives, ce qui, comme je l'ai dit, est hautement souhaitable.

Ni le Groupe de travail Caplan-Sauvageau ni le Comité permanent ne semblent avoir fait ces recommandations à la suite d'une étude de la structure de gestion et de l'imputabilité de la SRC. Rien ne m'indique non plus que le gouvernement ait réalisé une étude de ce genre.

La question n'est pas de savoir s'il devrait y avoir deux postes distincts. Il y en a deux à l'heure actuelle. Ce qu'il faut, c'est décider s'il faut séparer ou non la fonction de PCA de celle de PDG. Le cumul des rôles de PCA et de PDG est très fréquent dans l'industrie. Je pense que cette combinaison des fonctions aide la Société et le Conseil à faire leur travail et est essentielle si l'on considère que le Conseil doit pouvoir rendre compte publiquement de ses actes. Il y aurait cependant d'autres changements, dont je parlerai, qui pourraient contribuer à améliorer l'imputabilité de la Société.

Je pense, comme bien d'autres, que le gouvernement devrait nommer le président du Conseil et les administrateurs, et que tous les autres dirigeants, sans exception, devraient être nommés par le Conseil. D'autre part, le Conseil d'administration de la Société estime qu'il doit également avoir le pouvoir de révoquer le président de la Société sans en référer au gouvernement.

Certains membres du milieu universitaire et certains chefs d'entreprises recommandent de séparer les rôles de PCA et de PDG dans les sociétés du

secteur privé. Des tentatives de rachat hostiles, et les efforts déployés par les entreprises pour les éviter, ont remis en cause le rôle du conseil d'administration et le concept de la séparation des fonctions. Mais je n'ai pas pu trouver d'étude montrant quel type de structure donne des conseils d'administration plus efficaces ou assure une meilleure performance de l'entreprise dans son ensemble.

En séparant les deux fonctions, le Groupe de travail visait en premier lieu à séparer les fonctions du conseil de celles de l'exploitation. Le Groupe de travail avançait que cette distance est essentielle pour protéger les activités créatrices et journalistiques de Radio-Canada des pressions politiques, dans la mesure où le conseil d'administration et son président sont nommés par le gouverneur en conseil. Il ne précisait pas si des pressions politiques s'exercent déjà sur l'exploitation de la SRC par l'intermédiaire de son conseil, mais soulignait que "l'autonomie de la création dans un organisme public de radiodiffusion est un bien précieux à protéger non seulement des interventions réelles, mais également du plus léger soupçon ou de la moindre apparence d'ingérence". Il s'inquiétait aussi du fait que "un président, nommé expressément pour prendre en main la gestion quotidienne des affaires de la Société, accordera forcément une place moins importante à sa participation aux fonctions d'orientation du conseil qu'à sa fonction de défenseur à plein temps des programmeurs et des réalisateurs d'émissions". Ce souci semblait encore une fois être plus une question d'opinion qu'inspiré par les faits, dans la mesure où le Groupe de travail n'a pas dit que la répartition actuelle entre les fonctions d'orientation et d'exploitation ne convient réellement pas en pratique, ni fait aucune étude pour le démontrer.

Comme ses prédécesseurs, le Groupe de travail a recommandé que le Conseil nomme le PDG, mais sans forcément demander l'approbation officielle du gouvernement. Il a jugé essentiel de ne plus faire participer le gouvernement à la nomination du PDG pour que l'exploitation soit effectivement autonome par rapport à lui. Il s'agit-là, je pense, d'un couteau à double tranchant.

Le Comité permanent des communications et de la culture, dans ses quatrième et quinzième rapports, a appuyé les propositions du Groupe de travail. Il a recommandé que la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée de façon à :

- Prévoir un président du conseil d'administration, nommé par le gouverneur en conseil sur recommandation du ministre, après consultation avec le conseil d'administration de la SRC.
- Prévoir un président, nommé par le conseil d'administration et relevant de lui.
- Prévoir que le PCA soit responsable essentiellement des politiques de la Société et le président de la mise en oeuvre des politiques.

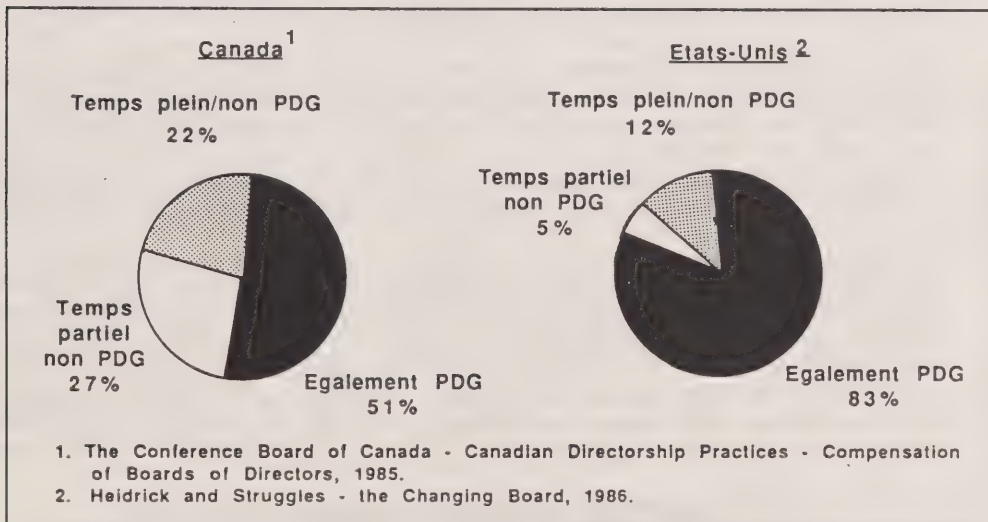
RÔLES CUMULÉS DANS L'INDUSTRIE

Selon l'opinion des tenants d'un PCA distinct du PDG, le conseil d'administration devrait idéalement être indépendant de la direction pour formuler les politiques et surveiller la performance de la direction dans la mise en oeuvre des politiques. Selon cette opinion idéalisée, les rôles du PCA et du PDG seraient séparés dans l'espoir d'assurer un meilleur contrôle objectif de la performance de la direction.

Il est certain qu'un président du conseil qui est également PDG a la tâche onéreuse de remplir deux fonctions. Il doit garder l'équilibre entre les besoins et les droits des actionnaires et de la direction. Mais, malgré cette difficulté, bien des sociétés estiment qu'il s'agit de la structure la plus appropriée.

Des études montrent que les fonctions de PCA et de PDG sont cumulées dans plus de 50 pour cent des sociétés canadiennes et dans plus de 80 pour cent des sociétés américaines. Dans la plupart des autres entreprises, les PCA assument leurs tâches à temps plein et ont déjà été PDG de la compagnie qu'ils président. Ils font donc partie intégrante de la direction.

PRÉSIDENT DU CONSEIL



Cette vision idéale des choses est contredite dans la pratique, car le conseil d'administration ne peut pas remplir son rôle s'il agit indépendamment de la direction. Le président du conseil d'administration ne peut pas travailler sans la collaboration du PDG. Pour orienter l'entreprise, le conseil d'administration doit comprendre les capacités, les problèmes et les possibilités de celle-ci. Pour que la direction soit tenue responsable, le conseil d'administration doit pouvoir accéder facilement à l'information. Or, la collaboration du PDG est essentielle pour réunir l'information nécessaire dans ces deux domaines.

De nombreux chefs d'entreprises de renom vont encore plus loin et pensent que l'amalgamation des fonctions de PCA et de PDG est l'un des meilleurs moyens de permettre au conseil et aux hauts dirigeants de collaborer de

manière à faire progresser l'entreprise. En fait, nous devons nous rappeler que le rôle du PCA et du Conseil d'administration n'est pas de superviser, mais d'assurer la réussite, autrement dit d'atteindre les objectifs. En d'autres termes, le conseil et son président ne sont pas principalement des "gendarmes", ils doivent être des "entrepreneurs".

En fait, 87 pour cent des PDG ayant participé aux sondages de 1 000 entreprises de la revue Fortune n'étaient pas d'accord avec l'affirmation que "les conseils d'administration seraient plus efficaces s'ils étaient dirigés par des présidents du conseil indépendants qui ne sont pas les PDG des organismes qu'ils président". (Heidrick et Struggles, the Changing Board, 1986).

On pourrait dire, évidemment, que cette réponse est motivée par l'intérêt personnel, mais les arguments que les PDG avancent ne vont pas du tout dans ce sens, comme en témoignent les citations suivantes :

"Compte tenu du besoin essentiel d'avoir un conseil actif et indépendant qui puisse surveiller de façon efficace les aspects financiers, sociaux et de respect des lois de l'exploitation, certains ont suggéré de séparer les fonctions de président du conseil et de président-directeur général et de les attribuer à deux personnes, chacune directement responsable devant le conseil.

Il y a lieu de noter d'abord que certaines entreprises ont déjà séparé les fonctions de PDG et de PCA et que cette solution a eu des effets positifs dans les cas où les deux personnes en question avaient des personnalités compatibles et où il existait une délimitation bien nette des deux fonctions. Mais dans d'autres cas, cette séparation ne semble pas avoir donné de bons résultats et a dû être abandonnée.

D'après l'expérience générale des membres du Roundtable, le conseil est plus efficace lorsque le PDG est également président du conseil et lorsqu'il n'y a pas de démarcation organisationnelle nette entre le conseil et la direction de l'exploitation. Ce serait une erreur de supposer que le conseil peut accomplir sa mission en dehors du président-directeur général ou en conflit avec lui". (Déclaration du Business Roundtable, une association de PDG des 200 entreprises américaines les plus importantes, janvier 1978).

"Je pense également que ce serait affaiblir et non renforcer l'obligation de rendre compte que de reléguer le président du conseil à un rôle neutre de présidence sans lui donner le pouvoir d'exécuter les décisions du conseil. La séparation des fonctions de PCA et de PDG peut donner de bons résultats dans certains cas mais, bien trop souvent, comme j'ai eu l'occasion de le voir, elle mène à une grave

fragmentation et à une situation où le conseil se met à assumer des fonctions de gestion plutôt que de surveillance". (Harold W. McGraw Jr., président du conseil et président directeur-général de McGraw-Hill Inc., New York.)

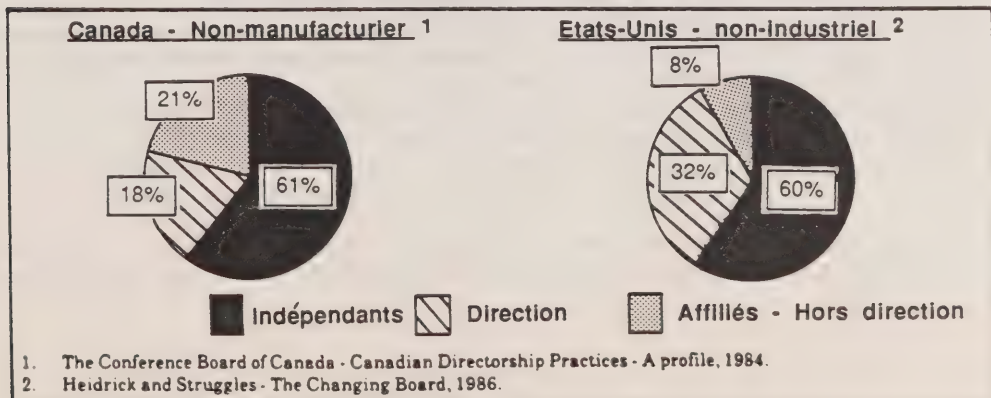
"Au cours des années, j'ai siégé aux conseils de Mobil, AT&T, Chemical Bank, Caterpillar Tractor, Signal Cos., American Express, Time Inc. et Wheelabrator-Frye. Je n'ai jamais vu de cas où un PDG ait eu recours à l'intimidation, à la manipulation ou à la dissimulation dans ses relations avec le conseil d'administration. Au contraire, d'après ce que j'ai pu voir, il semble que le meilleur conseil que l'on puisse donner à un PDG est de ne jamais surprendre ses administrateurs."

"Selon mon expérience, le principal atout de l'actionnaire est la communauté d'intérêts qu'il partage avec la direction pour assurer le succès financier de l'entreprise. Dans toutes les entreprises auxquelles j'ai été associé, c'est lorsque les actionnaires prospèrent le plus que la direction prospère le plus également." (Rawleigh Warner Sr., président du conseil, Mobil Corp.)

"Pour qu'une entreprise fonctionne bien, il ne peut pas y avoir de conflit continu avec le conseil. Celui-ci nomme le PDG, fixe sa rémunération et peut le révoquer. C'est donc lui le patron. Mais il doit être guidé par le PDG et toutes les questions dans lesquelles il a un intérêt doivent faire l'objet d'un consensus. Et c'est ce qui arrive effectivement dans la réalité." (J. Hugh Stevens, président du conseil et président-directeur général de Canada Wire & Cable Ltd.)

Dans le secteur privé, le conseil et la direction renforcent encore le lien en nommant au conseil d'autres dirigeants en plus du PCA et du PDG. Les présidents, les vice-présidents exécutifs et les premiers vice-présidents des finances sont des membres typiques de la direction qui siègent au conseil. La représentation de la direction permet au conseil de mieux connaître les affaires de l'entreprise et peut l'aider à planifier la succession. Parallèlement, il est aussi courant de nommer des administrateurs indépendants qui ne sont pas affiliés à la direction de l'entreprise (c.-à-d. qui ne dépendent pas de l'entreprise pour vivre). Les administrateurs de l'extérieur apportent au conseil des perspectives objectives et externes.

COMPOSITION DU CONSEIL



Alors que la majorité des administrateurs nord-américains sont indépendants, le président du conseil et les autres administrateurs interviennent dans la recommandation de candidats éventuels à recruter à l'extérieur. La gestion et le bon fonctionnement du conseil relèvent de leurs responsabilités. Ce sont eux qui sont le mieux placés pour savoir ce que le conseil recherche dans un nouvel administrateur et pour s'assurer qu'ils pourront établir des relations de travail constructives avec les personnes dont ils sollicitent les services.

RECRUTEMENT DES ADMINISTRATEURS DE L'EXTÉRIEUR

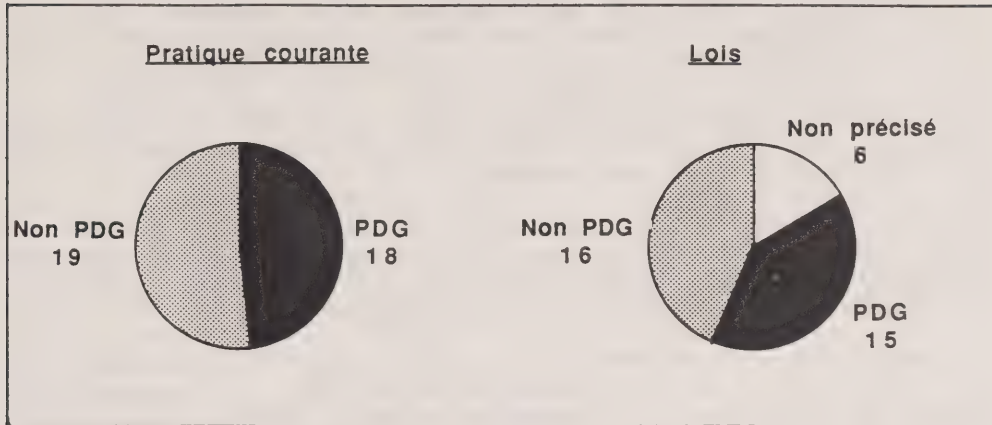
| | CANADA % | ÉTATS-UNIS % |
|--|-------------|-----------------|
| Recommandation du président | 70,6 | 81,3 |
| Recommandation des administrateurs | 62,8 | 77,3 |
| Comité de nomination | 43,1 | 63,7 |
| Recommandation des dirigeants de l'entreprise | 35,1 | 37,4 |
| Autre | 29,5 | 26,0 |

Source : Korn/Ferry International - Sondages sur les conseils d'administration, 1986

Un autre facteur est que le roulement des membres du conseil n'est pas le même dans les entreprises privées.

Dans le secteur public, on ne trouve aucune norme, ni en pratique ni dans les lois, qui régit les rôles du PCA et du PDG. Lorsqu'on examine les 37 sociétés d'État y compris la SRC qui satisfont les critères que la Commission Lambert a établis pour déterminer ce qu'est une vraie société d'État, on constate que, dans près de la moitié de ces sociétés, ces deux rôles de haute direction sont combinés en pratique. La législation s'abstient souvent de préciser les responsabilités du PDG, probablement pour donner au gouvernement et aux sociétés une certaine marge de manoeuvre afin de structurer les rôles de PCA et de PDG en fonction des besoins et circonstances changeantes de l'organisme.

LE PRÉSIDENT DU CONSEIL DANS 37 SOCIÉTÉS D'ÉTAT



Tous les administrateurs des sociétés d'État sont nommés par décret et, à l'exception du président du conseil et du président de la société, ils sont indépendants de la direction. Cela se traduit par une distanciation entre le conseil et la direction bien plus grande que ce qui semble exister dans la plupart des sociétés privées.

Peu de conseils du secteur public ont un rôle officiel à jouer dans la nomination du président du conseil ou des nouveaux administrateurs. La Société du Centre national des Arts (CNA) et les sociétés portuaires locales sont les seules sociétés d'État où le conseil nomme le PDG. Le PDG du CNA ne siège pas au conseil. Parmi les autres conseils de sociétés d'État, celui d'Air Canada est le seul qui, en vertu de la loi, doit être consulté avant la nomination du PCA et du PDG.

AMALGAMATION DES RÔLES DANS LA PRATIQUE À LA SRC

L'idée de séparer les rôles de président du conseil et de président de la Société Radio-Canada semble motivée par deux notions totalement contradictoires :

Certains observateurs proposent une distanciation entre le Conseil et la direction afin de préserver l'intégrité de la Société sur le plan journalistique et celui de la programmation, ainsi que pour éviter toute éventuelle influence politique sur les activités par l'entremise des administrateurs.

D'autres observateurs proposent une distanciation entre le Conseil et la direction afin que le Conseil ne puisse être coopté par la direction et qu'il ait suffisamment de poids et d'objectivité pour diriger et réprimander la direction au besoin.

À mon avis, les deux objectifs reposent sur une idée peu réaliste de la situation qui existe en pratique, et sont manifestement en conflit.

Ils recherchent la même chose, mais pour des raisons opposées. En fait, la SRC veille tout particulièrement à maintenir son intégrité journalistique et à diriger efficacement ses activités en fonction de son mandat.

Dans les faits, il s'agit de maintenir un équilibre délicat entre les deux objectifs. Et la SRC y parvient actuellement en combinant les rôles de PCA et de PDG en une seule et même personne.

En séparant ces deux rôles, on remettrait en cause cet équilibre car la distanciation forcée entre le Conseil et la direction pourrait facilement entraîner des relations antagonistes plutôt que coopératives. Ce genre de rapport risquerait de compromettre les deux objectifs.

L'on ne réussirait probablement pas mieux à protéger l'indépendance et la liberté de la direction contre toute influence politique. Dans des rapports antagonistes, il n'y a plus de confiance. Paradoxalement, un Conseil qui aurait une telle attitude aurait naturellement tendance à intervenir davantage dans les activités. Et, pour reprendre une expression citée précédemment, cela inciterait le Conseil à "assumer des fonctions de gestion plutôt que de surveillance".

D'autre part, on ne réussirait probablement pas non plus à diriger et contrôler la performance de la direction avec plus d'objectivité, comme on le souhaite. Ce genre de rivalité entre le Conseil et la direction irait à l'encontre de l'échange libre et ouvert d'informations indispensable pour que le Conseil puisse s'acquitter de son rôle avec efficacité. Cela affaiblirait plutôt que de renforcer l'obligation de rendre compte.

Un conflit entre le Conseil d'administration de la SRC et la direction pourrait non seulement gêner le bon fonctionnement de la haute direction, mais également compromettre probablement l'essence même de la Société. La SRC est un organisme culturel créatif. Sa production créative ne peut venir que de gens créatifs et motivés. On ne peut ordonner la créativité, il faut la susciter. Pour fonctionner comme il faut, un organisme créatif doit recevoir direction et encouragement du haut de l'échelle, notamment du conseil d'administration; il ne suffit pas de surveiller et de réprimander. S'il fallait que des relations antagonistes s'installent, que la confiance disparaisse et que l'information ne circule plus librement, il règnerait un climat dans lequel la créativité ne pourrait s'épanouir, un climat que la plupart des gens créatifs de la SRC fuiraient.

Bien sûr, le Conseil et son président doivent veiller à la mise en oeuvre de ses décisions. Cela suppose l'application de certaines méthodes et disciplines et, à l'occasion, des critiques. Mais les critiques sont davantage acceptées et suivies de mesures correctives si, grâce au président du conseil, il existe des rapports plus étroits entre le conseil et le personnel.

Une loi qui stipulerait que le président du Conseil n'est pas le chef de la direction sèmerait la confusion et la zizanie. La SRC est très en vue du public et des politiciens. Son premier dirigeant doit être plus qu'un symbole. En fait, ni l'opinion publique, ni les députés ni d'autres représentants du public ne toléreraient que le président du Conseil de Radio-Canada ne soit qu'un symbole. Il ou elle doit parler au nom de la Société, répondre aux critiques et prendre les mesures appropriées. Ces responsabilités doivent relever du PDG et si ce dernier n'est pas également le président du Conseil, alors le président du Conseil ne peut pleinement rendre des comptes au nom du Conseil. Le Conseil doit être tenu publiquement responsable de l'élaboration des politiques et des plans de la Société, ainsi que de l'attribution des fonctions et du contrôle des résultats des activités. Ces fonctions de direction étant les plus importantes, le président qui s'en acquitte au nom du Conseil assume, automatiquement, les fonctions de président-directeur général de la Société. Ainsi que la "Business Roundtable" l'a indiqué, "le PDG ne devrait pas, en tant qu'administrateur, être subordonné à qui que ce soit".

Qui plus est, si la Loi accordait l'autorité de la direction générale à une personne autre que le président du Conseil, la marge de manoeuvre du Conseil en serait réduite de bien des façons.

La SRC, par exemple, fonctionne dans les deux langues officielles. Il est indispensable que les hauts dirigeants forment une équipe capable de traiter efficacement, ensemble, des différences culturelles complexes et des caractéristiques des deux aspects de la SRC. Cette notion se trouve renforcée dans le Projet de loi C-136. Ils doivent également pouvoir susciter et maintenir une collaboration entre les deux secteurs. Même si le président du Conseil et le président de la Société sont tous deux bilingues, ce qui est indispensable, ils ne peuvent inévitablement avoir la même connaissance des antécédents culturels et des mentalités des deux secteurs de la Société. C'est une raison de plus qui fait qu'une division rigide, légaliste de l'autorité comme celle qui est proposée est irréaliste.

On pourrait concrétiser la démarche préconisée dans ce document en remplaçant le titre de président de la Société par celui de président du Conseil et celui de vice-président exécutif par celui de président de la Société. La définition des rôles dans la Loi de 1968 est, à mon avis, très réaliste.

Toutes les récentes recommandations en faveur d'une séparation entre le poste de président du Conseil et celui de président de la Société sont d'accord sur ce point essentiel : le gouvernement continuerait à ne nommer que le premier dirigeant. L'imputabilité et l'autorité du Conseil seraient menacées si le gouvernement nommait les deux hauts dirigeants - soit le président de la Société et le VPE, si l'on se sert des titres actuels, soit

le président du Conseil et le président de la Société si l'on utilise les titres proposés. En outre, si le gouvernement nommait les deux hauts dirigeants, ceux-ci détiendraient leur autorité du Gouvernement et non du Conseil. Heureusement, ce n'est pas ce que le Projet de loi actuel envisage.

La British Broadcasting Corporation (BBC) est structurée de manière à séparer les rôles, le président du conseil n'étant pas le président-directeur général, mais elle a connu les deux problèmes que les critiques du regroupement des rôles à la SRC cherchent à éviter. Le conseil de la BBC est nommé par le gouvernement et est distinct de la direction - le directeur général assume effectivement la direction de la Société, il est nommé par le conseil mais n'y siège pas. Au cours des dernières années, les politiciens ont souvent reproché à la BBC de manquer d'exactitude dans ses émissions journalistiques et de faire preuve de parti pris dans sa programmation. Finalement, le directeur général, Alisdair Milne, a été forcé de démissionner. Le sort du prédécesseur de Milne, Sir Ian Trethowan, est un exemple de l'autre problème que peut entraîner le maintien d'une distanciation par rapport aux activités d'une société, dans une structure où les rôles sont distincts. Trethowan a démissionné en 1982, avant la fin de son mandat, après que la presse eut rapporté que les réalisateurs de la BBC avaient perdu confiance en leur direction qui, estimaient-ils, acceptait trop facilement de céder son indépendance journalistique au gouvernement.

Il ressort de mes recherches que la structure actuelle de la haute autorité de la SRC est largement conforme aux meilleures pratiques de l'industrie - même si elle utilise les titres de président et chef de la direction au lieu de président du conseil et directeur général, et de vice-président exécutif au lieu de président de la société. Les rôles du Conseil et de la direction de la SRC sont distincts et clairement définis. Le président assure effectivement la direction de la Société, préside le Conseil et, étant le seul administrateur de l'intérieur de la Société, sert à garantir l'efficacité du fonctionnement du Conseil, en harmonie avec les activités de la Société.

Les activités des secteurs journalistiques et de la création de la SRC se déroulent indépendamment des influences externes et des pressions politiques. En pratique comme en droit, tous les postes des secteurs d'exploitation et de soutien sont des créations du Conseil et non du gouvernement. Selon la Loi, le gouvernement a la responsabilité de nommer les membres du Conseil et le président de la Société, et d'approuver les budgets, mais il n'intervient pas dans les décisions portant sur les émissions. Le Conseil établit les politiques journalistiques et de programmation qui servent de guides aux cadres et aux réalisateurs. La direction est libre de réexaminer les politiques et de recommander des changements au Conseil.

Le Conseil et le président de la Société dirigent de façon active en élaborant les politiques et en les communiquant. Un examen des ordres du

jour des réunions du Conseil révèle que celui-ci consacre la majorité de son temps à des questions de politiques. C'est également le cas du président de la Société, dont les responsabilités directes sont en fait limitées à la planification, aux affaires générales et au contrôle des politiques. Le vérificateur interne relève également du président de la Société, qui est le principal porte-parole de la Société. Le vice-président exécutif (VPE) assure la direction de l'exploitation, dans la mesure où il est directement responsable des réseaux français et anglais de télévision et de radio, des activités régionales et des communications. Ses responsabilités comprennent notamment la programmation, le marketing et les ventes. Son rôle est facilité par les politiques qui régissent tous les grands aspects des activités de la SRC.

La déclaration officielle suivante qui figure dans la préface du manuel de la Politique générale de la Société donne un exemple concret de la détermination avec laquelle le Conseil et le président de la Société élaborent des politiques d'exploitation claires et fonctionnelles.

"La philosophie de Radio-Canada, il importe de le rappeler, émane de la Loi sur la radiodiffusion. Le Conseil d'administration extrait de cette philosophie des principes concernant toutes les activités de la Société. Les politiques générales découlent, pour la plupart, de ces principes; les autres peuvent répondre à diverses dispositions légales ou encore traduire la volonté du président et des membres du Conseil de maintenir le maximum de cohésion entre le service national et les grands courants économiques, sociaux et moraux de la société canadienne.

Les politiques générales définissent les objectifs et les priorités du service national et transforment les principes en modalités d'action. De plus elles expliquent comment la Société conçoit son rôle de radiodiffuseur, envisage sa mission et étaye ses prises de position sur des questions d'intérêt public relatives à la radiodiffusion. Elles permettent enfin l'élaboration subséquente de politiques fonctionnelles, de directives ou d'instructions par les services appropriés."
(15 mai 1978.)

Au cours des années, les conseils et présidents de la SRC ont élaboré et approuvé des politiques sur tous les aspects des responsabilités de la Société et de son exploitation. Les politiques générales sont largement distribuées dans toute la Société par des manuels dont la Politique générale, les Politiques fonctionnelles nationales, le Code publicitaire, la Politique journalistique et la Politique des programmes (Voir à l'annexe A une description des principaux manuels de politiques de la SRC et, à l'annexe B, une liste des politiques précises que l'on y trouve). Chaque secteur fonctionnel détient en outre des manuels de procédures et de politiques d'exploitation.

Le Conseil se réunit fréquemment, environ une fois par mois, durant une journée ou une journée et demie. Il y a également des comités du Conseil. Au cours du dernier exercice, les réunions du Conseil et des comités ont représenté 63 journées de travail. Le Conseil examine régulièrement les questions de politiques pour s'assurer que celles-ci demeurent applicables, et il formule de nouvelles politiques au besoin. Il convoque les dirigeants fonctionnels pour examiner les politiques élaborées et leur mise en oeuvre.

Le tableau ci-dessous donne une idée des sujets que le Conseil de la SRC a examinés au cours des deux dernières années et qui ont fait l'objet de politiques :

QUESTIONS DE POLITIQUES AYANT FAIT L'OBJET DE RÉCENTES DISCUSSIONS DU CONSEIL

| | |
|---|---|
| - Audiences de renouvellement | - Rapport Caplan-Sauvageau |
| - Accès des radios communautaires aux émetteurs de la SRC | - Diffusion des allocutions du premier ministre |
| - Allocation budgétaire de 1987-1988 | - Encouragement à la retraite anticipée |
| - Entreprises Radio-Canada - Raison d'être | - Annonces de santé publique |
| - Plan d'entreprise | - Modifications du régime de retraite |
| - Système financier national | - Loi sur l'accès à l'information |
| - Identification institutionnelle de la SRC | - Code publicitaire |
| - Chaîne de la Chambre des communes | - Législation sur le droit d'auteur |
| - Équité en matière d'emploi | - Chaînes spécialisées |
| - Image de la femme | - Orientation actuelle et future de la radio anglaise |
| - Efficacité de l'ingénierie de la SRC | - Politique sur les sondages d'opinion |
| - Coproduction avec des ministères | - Commandite institutionnelle à la radio |
| - Relations avec les affiliées | - Plans et priorités de la SRC |

Ordres du jour de 15 réunions du Conseil d'administration de la SRC. De septembre 1985 à février 1987.

Il y a, d'autre part, des comités du Conseil et des comités mixtes du Conseil et de la direction qui veillent à assurer le suivi, dans des secteurs clés, entre les diverses réunions du Conseil. Il existe actuellement trois comités établis en vertu des statuts de la Société et deux comités ad hoc, à savoir :

Le Comité exécutif, formé du président et de quatre autres administrateurs.

Le Comité de vérification, formé de trois administrateurs, sans compter le président. Ce dernier participe à toutes les réunions. Le Comité se réunit régulièrement.

Le Conseil de fiducie de la Caisse de retraite, formé de deux administrateurs, dont l'un assume la présidence.

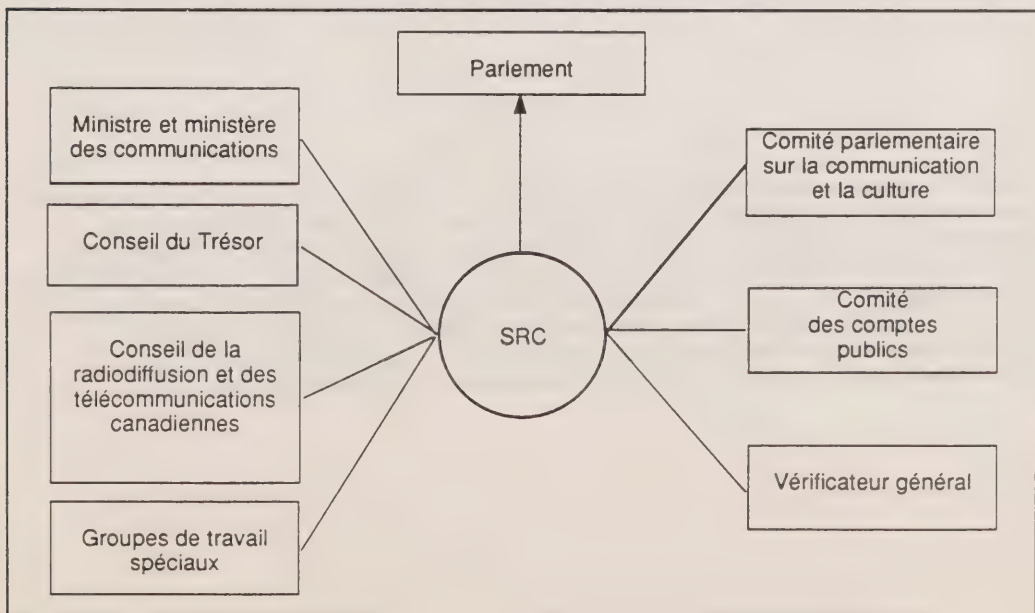
De temps à autre, le Conseil nomme un comité ad hoc pour examiner un projet particulier. Pour l'instant, le projet du Centre de radiotélévision à Toronto et celui de l'aménagement du terrain de Montréal font l'objet de la surveillance de deux comités distincts.

IMPUTABILITÉ ET CHANGEMENTS QUI POURRAIENT AMÉLIORER L'IMPUTABILITÉ DE LA SRC

Le cadre d'imputabilité de la SRC est établi par la loi. Le président est nommé pour sept ans par le gouvernement. Le Conseil doit rendre des comptes au Parlement et la direction au Conseil.

La SRC fonctionne dans le cadre du mandat énoncé par la Loi sur la radiodiffusion, des règlements et conditions établis par le CRTC, des budgets fixés par le gouvernement et approuvés par le Parlement, des vérifications annuelles du Vérificateur général, des rapports annuels sur les activités présentées au ministre et au Parlement, de comparutions régulières devant les comités parlementaires et d'études fréquentes menées par des comités spéciaux, des groupes de travail et des commissions d'enquête. Ce cadre assure l'imputabilité du Conseil à l'égard du gouvernement sur certaines questions, et à l'égard du Parlement dans l'ensemble, tout en maintenant une relation d'indépendance.

Structure d'imputabilité de la SRC



Le Conseil nomme le VPE sur la recommandation du président de la Société, avec l'approbation du gouverneur en conseil.

Selon l'article 38.(1) de la Loi sur la radiodiffusion actuelle, le vice-président exécutif "est responsable envers le président de la direction des opérations de radiodiffusion selon les principes établis par la Société et des autres fonctions que le président peut lui assigner à l'occasion."

AMÉLIORATIONS POSSIBLES

Le cadre d'imputabilité de la SRC pourrait être renforcé si l'on adoptait les recommandations des commissions et groupes de travail préconisant une consultation lors des nominations au Conseil. Selon ces recommandations, le Conseil d'administration devrait être consulté avant que le gouverneur en conseil ne nomme un président du Conseil, et le président de la Société devrait être consulté avant que le gouverneur en conseil ne nomme des administrateurs. Ces recommandations sont conformes aux meilleures pratiques de l'industrie.

La tenue de consultations avant la nomination des administrateurs et du président du Conseil contribuerait à former des conseils plus forts et plus représentatifs, et à maintenir de bonnes relations de travail entre les divers administrateurs. Ceux-ci auraient davantage le sentiment d'avoir l'autorité et la responsabilité de se prononcer sur le choix d'un président qui a leur confiance et avec lequel ils pourront travailler. Le président de la Société est bien placé pour déterminer les compétences et connaissances que les nouveaux administrateurs devraient apporter afin d'accroître l'efficacité du Conseil et d'équilibrer sa composition.

Il serait sans nul doute utile également de pouvoir s'appuyer sur un mandat pour la nomination des administrateurs. Ce mandat ferait état de l'équilibre dans la composition du Conseil en matière de régions, d'expérience, de sexe, de langue, etc. Il insisterait avant tout sur la nécessité d'équilibrer les antécédents culturels et professionnels de chacun d'eux.

Pour résumer ma position, je dirais que le Conseil de la SRC a sérieusement examiné cette question et qu'il estime que s'il faut qu'il y ait un président du Conseil ainsi qu'un président de la Société, au lieu d'un président et d'un vice-président exécutif, comme dans la Loi de 1968, alors le président du Conseil devrait siéger à temps plein et être également chef de la direction. Le président du Conseil, bien sûr, serait principalement responsable des politiques et des affaires du Conseil et le président de la Société serait généralement responsable des activités.

Le président du Conseil devrait en outre être nommé pour sept ans, au lieu des cinq prévus par le Projet de loi. Réduire la durée du mandat du premier dirigeant de la Société par rapport à ce qui s'est toujours fait nuirait à la traditionnelle relation d'indépendance entre la Société et le gouvernement.

J'estime fortement, tout comme le Conseil de la SRC, qu'il faut absolument une direction non équivoque pour garantir l'indépendance de la SRC, lui permettre de remplir son mandat et assurer une saine gestion.

Toute ambiguïté risque de donner lieu à des pressions, internes ou externes, qui pourraient compromettre l'indépendance et la bonne gestion de la SRC. Cette clarté est également essentielle pour garantir une réelle imputabilité.

Finalement, j'aimerais insister sur le fait que Radio-Canada doit fonctionner dans un climat de coopération et de travail d'équipe. Sa créativité en dépend. Il faut une collaboration entre le personnel créatif, technique et administratif, et la haute direction. Une collaboration entre les secteurs francophone et anglophone de la Société. Une collaboration entre la direction et le Conseil. Tout ceci exige un travail d'équipe et une direction claire, sans équivoque.

DESCRIPTION DES PRINCIPAUX MANUELS DE POLITIQUES DE LA SRC

| Principaux manuels | Grandes lignes | Contenu |
|--------------------------------------|---|---|
| Politique générale | <ul style="list-style-type: none"> Loi sur la radiodiffusion et statuts sur lesquels sont fondées les politiques Politiques générales s'appliquant à toute la Société et traitant de questions de philosophie de la SRC et de principes de base | <ul style="list-style-type: none"> Loi sur la radiodiffusion - Mandat législatif Décret - Direction du Conseil d'administration et de la Société Régime de retraite - Politiques et méthodes de gestion des fonds Politiques générales |
| Politiques fonctionnelles nationales | <ul style="list-style-type: none"> Ce manuel va de pair avec le Manuel des politiques générales Donne des instructions plus directes sur des secteurs particuliers des activités de la Société, avec référence aux politiques contenues dans des manuels distincts plus détaillés préparés par les services fonctionnels (p. ex. l'Ingénierie tient à jour le Manuel des normes et méthodes techniques; le service des Finances tient à jour le manuel des politiques financières, le Manuel des biens d'équipement et le Manuel des méthodes de crédit et de recouvrement) | <ul style="list-style-type: none"> Bureau du vice-président exécutif Premier vice-président Communication Secrétariat général Ingénierie Finances Ressources humaines Planification/ affaires générales |
| Code publicitaire | <ul style="list-style-type: none"> Énonce les directives qui s'appliquent à l'exploitation commerciale des ondes de la SRC Conçu pour assurer un service publicitaire distinctif en contrôlant la teneur et la mise en ondes des annonces publicitaires aux antennes de la SRC | <ul style="list-style-type: none"> Administration - télévision et radio Principes généraux Contenu publicitaire Questions juridiques Limitation de l'horaire CRTC |
| Politiques des programmes | <ul style="list-style-type: none"> Étaye le processus de création Permet à la SRC de protéger objectivement son autonomie et de remplir adéquatement sa mission | <ul style="list-style-type: none"> Mandat de la SRC, 18 politiques sur les programmes et 5 politiques afférentes |
| Politique journalistique | <ul style="list-style-type: none"> Recueil de toutes les politiques de la SRC traitant des nombreux aspects de la philosophie et de la pratique du journalisme | <ul style="list-style-type: none"> Principes et normes Méthodes Les droits du public Formes spécialisées d'émissions Aspect juridique Politiques afférentes |

POLITIQUES PARTICULIÈRES CONTENUES DANS LES PRINCIPAUX MANUELS DE POLITIQUES DE LA SRC

| <u>Politique générale</u> | |
|--|---|
| Intégrité du programme d'identification institutionnelle | Demandes de renseignements et de matériel hors antenne |
| Extension de la distribution des diffusions ayant une importance nationale ou régionale | Programmation de la SRC et unité nationale |
| Responsabilité de la SRC à l'égard du contenu des émissions | Radio Canada International |
| Les langues officielles à la SRC | Conservation des émissions et documents de la SRC |
| Distribution internationale des émissions de télévision et de matériel d'émissions de la SRC | Relations de la SRC avec le public canadien |
| Égalité d'emploi à la SRC | Demandes de matériel d'émissions de la SRC |
| Prévenance à l'endroit des auditoires | Diffusions d'importance nationale |
| Stations affiliées | Coproductions de la SRC avec la télévision payante |
| Conservation des bandes vidéo enregistrées | Édition de livres de la SRC |
| Discours du premier ministre | Coproductions avec des ministères/organismes gouvernementaux ou sans but lucratif |
| Discours des premiers ministres provinciaux | Accès à la radio communautaire dans le sud du Canada |

| <u>Politiques fonctionnelles nationales*</u> | |
|--|--|
| Bureau du vice-président exécutif Biens corporels non immobilisés Acquisition d'une entreprise de radiodiffusion privée | Ingénierie Normes et méthodes techniques Équipement de réserve pour les événements spéciaux |
| Services nationaux de programmes Droits d'exécution des oeuvres musicales Conservation et destruction des enregistrements de télévision sur film | Finances Rapport d'accidents Délégation de signatures |
| Bureau du premier vice-président Guide de matériel de bureau et de bureautique IG - Ordinateurs personnels et machines de traitement de texte | Ressources humaines Renvoi le lecteur aux manuels de politiques fonctionnelles |
| Communication Objectifs et responsabilités en matière de communication Publicité, promotion des ventes et relations publiques | Planification/affaires générales Habitations de la Société Relations avec les stations de télévision affiliées |
| Secrétaire général, conseiller sp. du président Secrétariat - Publicité d'intérêt public | |

* Petit échantillon de politiques particulières dans chaque secteur, à titre d'exemple

Code publicitaire

ADMINISTRATION

Fonctions et responsabilités

PRINCIPES GÉNÉRAUX

Vérité en publicité
 Normes de bon goût
 Publicité de controverse
 Réputation de l'annonceur publicitaire
 Publicité destinée aux enfants

QUESTIONS JURIDIQUES

Concours publicitaires
 Publicité sur les placements
 Bière, vin, cidre et spiritueux
 Demandes de matériel et informations publicitaires
 Inspection des registres des stations de la SRC par le CRTC
 Règlements provinciaux touchant la publicité à la télévision

LIMITATIONS DE L'HORAIRE

CONTENU PUBLICITAIRE

Mention de l'annonceur publicitaire
 Publicité comparative
 Témoignages ou recommandations
 Publicité dans la langue où la station émet
 Mention d'autres annonceurs publicitaires
 Publicité inacceptable

Intégrité des émissions
 Émissions de nouvelles
 Émissions sans commandite
 Répétition d'annonces
 Limites et formats publicitaires - télévision
 Séparation de la publicité du contenu des émissions
 Limites et formats publicitaires - radio
 Publicité politique payée
 Elections générales du fédéral
 Règlements du CRTC

Politiques des programmes

Stéréotypes dans les émissions
 Image de la femme dans les émissions
 Ouverture et fermeture des antennes
 Décès de personnalités et obsèques nationales
 Programme de Radio Canada International
 Radiodiffusion multiculturelle
 Embauche par Radio-Canada de personnalités politiques
 Émissions soustraites à la publicité commerciale
 Documentation des émissions
 Discussions de questions controversées dans les émissions de divertissement
 Présence de la publicité dans les émissions

Bon ton
 Violence dans les émissions de programmation générale
 Concours, jeux et loteries
 Assistance juridique
 Générique des émissions

POLITIQUES AFFÉRENTES

Programmation de Radio-Canada et unité nationale
 Prévenance à l'endroit des auditoires
 Communications de matériaux d'émissions de Radio-Canada
 Publicité d'intérêt public
 Publicité indirecte

Politique journalistique

NORMES ET PRINCIPES

Principes journalistiques
Équilibre
Bon goût
Violence
Personnel à l'antenne
Manipulation de l'opinion publique
Rectifications et rétraction

MÉTHODE

Montage
Utilisation abusive des techniques de production
Interviews
Recherche et documentation
Procédés clandestins
Anonymat des participants à une émission
Mélange des genres
Protection des sources d'information
Rétrotribution des informations
Frais de mission
Rétrotribution de la classe politique et des corps constitués
Sondages

DROITS DU PUBLIC

Droit au respect de la vie privée
Exercice du droit de réponse
Plaintes impliquant une action juridique
Droits des personnes interviewées ou invitées à participer à une émission
Demandes de non-diffusion de matériaux préenregistrés
Opposition des participants à la diffusion d'une émission

FORMULES D'ÉMISSIONS PARTICULIÈRES

Journalisme d'enquête
Tribunes et interviews téléphoniques
Information des consommateurs
Satire

DROIT

Service juridique
Outrage au tribunal
Charte canadienne des droits et libertés
Reportages judiciaires - Affaires civiles
Reportages judiciaires - Affaires criminelles
Reportages judiciaires - Procès de jeunes délinquants
Diffamation
Moyens de défense en matière de diffamation
Droits d'auteur
Incitation à commettre une infraction
Diffusion de fausses nouvelles
Intrusion
Propagande haineuse et blasphème
Obscénité
Protection de la vie privée
Secrets officiels

POLITIQUES AFFÉRENTES DE RADIO-CANADA

Programmation de Radio-Canada et unité nationale
Responsabilités de la Société en matière de contenu des émissions
Activité politique des personnels de la Société
Embauches par Radio-Canada de personnalités politiques
Retransmissions d'importance nationale
Black-out électoral
Diffusion prématurée des résultats du scrutin

CAI
BC
- 577



Television Without Frontiers?



Speech by
Pierre Juneau
President of the Canadian Broadcasting Corporation
at the 10th International Festival
of Film and Television
in the Celtic Countries

Wednesday, March 15, 1989

Roscoff, France

I wish to thank Con Bushe and the organizers of the Festival of Film and Television in the Celtic Countries for asking me once again to speak to you, this time at Roscoff.

I say once again, because in 1982 I was invited to Wexford, in Ireland. To my great regret, I could not attend.

I expect it is because of my long involvement with the Canadian experience that I was invited to address you. So you must forgive me if I talk a lot about Canada.

As you know, Canada draws on the same cultural sources as you. In fact, our ancestors come from Brittany, Ireland, Scotland and Wales. Of course, we are also Norman, English, Ukrainian, Japanese, Pakistani, Indian, Italian and Inuit.

Our audiovisual experience is occasionally perceived in Europe as a disquieting example. People sometimes talk about the "Canadianization" of Europe with reference to the television invasion of Europe by American programs.

Is this an accurate statement? What can be learned from the Canadian experience? A question all the more interesting because we broadcast in both French and English from the Atlantic to the Pacific.

Like you, we represent what might be called a minority culture, or what T.S. Eliot called a satellite culture. The term is obvious for French-language culture in Canada, surrounded by some 250 million English-speaking people, but it also applies to English-language culture in Canada in relation to the United States. So it is interesting to think about the situation of minority cultures and the strategies that apply to them in a world in which culture has become an industry. As we know, the most influential means of cultural expression in today's world require expensive technology and rely therefore on very powerful marketing systems. Thus, from the outset, there is a contradiction between minority cultures and technological means of cultural expression. Some modern cultural products require very large markets to amortize their costs and, by definition, minority cultures have small markets or clienteles. For us and for you, this presents an enormous challenge - we know something about it. A cultural challenge, an industrial challenge, a challenge that threatens the very institutions we manage.

No doubt, the Canadian experience should be examined by all those interested in the probable development of broadcasting. However, the situation is not entirely negative. On the contrary, I think that all our efforts in the past 50 years have resulted in our avoiding what I would call, somewhat dramatically, "the American mistake". This is not a chauvinistic remark. I am talking about the model adopted by our American neighbour for organizing broadcasting. In my opinion, this is indeed a regrettable cultural mistake, for which the entire world is paying the price. The mistake consists of tying radio and television completely to business, that is, to the marketing of things like chewing gum, denture aids, toothpaste, soaps of all kinds, all sorts of drinks and candies, car tires, the cars themselves or everything related to the automobile industry.

I am not talking about the notion of authorizing the use of advertising on radio and television, as is done in all countries of the western world - here in France, the United Kingdom and Canada. I am talking about the policy whereby broadcasting is tied completely to business, rather than to education and culture.

Unfortunately, it is a way of going about things that threatens the entire world. There is an excellent article on this topic by Les Brown, one of the most enlightened commentators in the world of television, in the February 89 issue of TBI. He concludes as follows:

In spite of themselves, European broadcasters have begun to respond to the new contest for audience by behaving in the detestable "American way": bumping cultural programs and documentaries from peak viewing times, placing a new emphasis on scheduling and counter-programming, bidding aggressively for the hits and putting business executives rather than creative types in charge. As with other kinds of business, the game is the same everywhere. The difference in TV, is that the U.S. is farther along than most of the world. The rest of the world would probably save itself a lot of time and trouble if it looked at the U.S. system not as a role model but as a preview.

There is of course, in the United States an admirable undertaking known as PBS. But in the American audiovisual landscape, it is a marginal attempt, with its audience share accounting for only 5%, compared to 95% for the commercial channels.

It is interesting to imagine what the American and the world cultural landscape might be like if the U.S. had adopted a public service model for broadcasting.

If we think of the quality of the major American universities or the great American cultural institutions, we can imagine the contribution that a public service American broadcasting system would have made to the U.S. and the rest of the world - or if we imagine a PBS that would have been to the U.S. what the CBC is to Canada, the public networks are to France and the BBC is to the United Kingdom.

Obviously, television is not university, and no one from television wants to turn it into school, certainly not for children either. However, when we think of the number of hours people spend in front of the television - 23 hours a week on average in North America, including children - is it reasonable to isolate it from culture, education and all forms of intellectual stimulation?

It was in 1932, or 57 years ago, that Canadian broadcasting policy set itself apart from the American model. The American commercial radio networks were getting ready to cross the Canada-U.S. border and spread throughout Canada. To Canadian business people in this new area, hitching onto the locomotive of the American networks looked like a tempting solution. As for the American networks, invading Canadian territory seemed a perfectly natural form of commercial freedom.

The government of the time, however, led by the Conservative Party, as a result of recommendations made by a study commission, decided in 1932 to create a public radio service, which four years later, this time under a government led by the Liberal Party, was to become the Canadian Broadcasting Corporation. Since then, with the support of the social democrats, we have had a non-partisan policy, right up to the present.

This choice by Canada with regard to American policy and interests was an apparent rejection of American domination of the Canadian airwaves, and as an affirmation of Canada's need to be in control of this powerful means of communication. But at the same time this decision was a reflection of something deeper and more consequential.

We could have, as we did in fact do 36 years later with the passing of the Broadcasting Act in 1968, legislated not only that radio and television would belong exclusively to Canadians, but also that they would be bound to commerce by a monogamous marriage.

Canada's decision in 1932, namely for broadcasting to be a public service, was much more fundamental. We were rejecting the American model or, as I mentioned earlier, we were avoiding "the American mistake".

So the path was clear, but there was still a lot of ground to cover. This was just a beginning. Radio, and later television, had to be supplied with programs. The system, like many others, was to be twofold, with a public and a private sector. How was original Canadian programming to be funded, in both the private sector and the public sector, that is, the CBC?

This is the problem Europe is faced with now, since the channels have begun to multiply.

This was an extremely difficult problem for Canada, particularly with the arrival of television in 1952 - for two reasons quite familiar to you: the immense popular appeal of American programs and their minimal purchase costs, compared with the costs of original production.

For lack of time, I will not talk about the Canadian private sector, for which Canadian programming - at least on the Anglophone side - does not go much beyond information, sports and quiz shows. Nor will I talk about radio.

So where does Canadian television stand in 1989?

On CBC French television, Canadian content now accounts for 82% of network programming during prime time (7:00 to 11:00 pm).

From Monday to Friday, between 6:00 and 11:00 pm, we present a minimum of two hours of information programs and up to three hours of drama. Our 10 o'clock television newscast has an audience share of 37% among Francophones and LE POINT, which follows the newscast, has 31%.

Some of our drama series on the French side - known as "téléromans" - draw two and even three million viewers, that is, from 60 to 80% of the viewing audience. This is an unequalled phenomenon, even for the most popular American programs in the U.S. For example, the Bill Cosby Show has an audience share of 40% in the U.S.

On CBC English television, Canadian content accounts for 82% of evening programming. It was 57% in 1968, and 70% in 1982.

During prime time, the audience share for the English television network is steady at about 20%. This is a real accomplishment, considering that most large Canadian cities receive all the American channels, sometimes in duplicate, by means of cable and satellite. Not to mention the Canadian stations that carry the same American programs.

Sixty-eight per cent of Canadian households subscribe to cable and 88% have access to it. Fifty per cent receive a minimum of 30 channels. Seventy per cent have VCRs.

As in French, English television has a 10 o'clock newscast followed by a public affairs program, both drawing nearly 2 million viewers or 26% of the viewing audience.

Canadian drama programs account for somewhat more than five hours weekly of evening programming. They are coming increasingly from the private sector, 38% in 1987-88.

During the past six years, we have replaced two hours weekly of American series with Canadian series, without a drop in audience or commercial revenue.

Our ambition on the English side is to present 10 hours weekly of Canadian drama during prime time, and to increase our level of Canadian programming to 95%, and even 100% for the entire day.

The battle, however, is far from won, given that, for Canadian television as a whole, 95% of drama programs are American.

On the other hand, we are implementing an English-language 24-hour-a-day Canadian news channel in September 1989. The programs will be distributed by satellite, and we expect to be able to reach some 5 million households by cable. We are planning to launch a similar French-language channel in September 1990.

Furthermore, we have well-developed plans to launch a general television network in the United States, that will be transmitted by American satellite in order to reach cable households in that country.

Finally, you are perhaps aware that, since September 1, 1988, a Canadian and European network run by a consortium involving Canada, France, Belgium and Switzerland and called TV5 has been operating in Canada by satellite and reaches some 2.2 million households.

What are the factors underlying the results I have just mentioned?

First of all: confidence and determination. Feelings not shared by everyone. Trust in the creativity of Canadians and determination to make room for the creators, despite doubts or opposition.

To understand this skepticism and diffidence, we must realize that, since the arrival of cinema, in English Canada, there had hardly been anything but American films available and, on television, almost nothing but American series, variety shows and films. The film industry, both Anglophone and Francophone, never had more than two components: distributors and operators, all American with the exception of one Francophone movie house chain. With the exception of the NFB, starting in 1939, and a few companies producing industrial films, there were no production companies.

A show could only come from Hollywood - or Paris - but mainly from Hollywood.

In 1958, the Canadian agency regulating broadcasting began to talk somewhat meekly about Canadian programming. Ten years later, in 1968, the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission took a decisive step by requiring all TV

broadcasters to double the quantity of Canadian programming, and bring it up to 60% - a figure, I think, recently discussed in Europe.

Even on the CBC, American series and variety shows occupied a large place in the English-language television schedule. However, during the 1970s, the private networks became available to a very large part of the population, contrary to the situation before that. The coverage of the private English network, CTV, for instance, gradually became the equivalent of the CBC's. Cable subscription rose to 50, 60 and, in some cities, to 80 and even 90% of all households. Both within the CBC and outside, it seemed increasingly strange that an agency supported by public funding could present so many American programs readily available elsewhere. There was more and more talk of English CBC television being unnecessary.

Starting in 1975 therefore, CBC management became firmly resolved to Canadianize drama programming on English CBC television.

On French-language television, drama programs have always had a lot of local color and, as I mentioned earlier, remarkable popular success. It is commonly acknowledged that the CBC made an invaluable contribution to the cultural and sociopolitical development of Quebec and French Canada.

As we know, drama programs are very expensive. In English Canada, the price of purchasing a one-hour American program varies

between \$50,000 and \$70,000. The production cost for the same program in the U.S. may easily reach or exceed \$1 million. Our production costs are lower than American costs, but they easily amount to ten times the cost of acquiring American programs. I think the same factors apply in Europe.

Canadianization could therefore not occur without additional funding. In the early 1970s, the CRTC suggested that the cable systems, which redistributed the programs broadcast by the networks free of charge, should contribute to the funding of Canadian productions. Only in 1983 did the government levy a tax on the cable companies, at first a tax of 6% and at present of 10%, on their gross revenue. At the same time, the government created a broadcast program assistance fund, entrusted to an agency known as Telefilm Canada. Independent producers - and they alone - have access to this fund. However, the money is paid only if the producer obtains a written and specific commitment from a broadcaster to schedule the production concerned. So the broadcaster, as programmer, retains control. Telefilm has an annual budget of \$100 million, including \$60 million for television productions, and the rest for feature-length films. Of the \$60 million set aside for television, about half is allocated to projects in which the CBC is involved.

The policy has two objectives:

- to encourage broadcasters to program more original Canadian works by reducing the cost of purchasing such works;
- to encourage broadcasters to work with independent producers.

The resources the CBC needed to increase Canadian programs did not come solely from Telefilm. We have considerably reduced our administrative expenditures and increased our productivity to redirect funds to programming. The operating funds we obtain from Parliament have in fact decreased in constant dollar terms in recent years. We have, however, considerably increased our advertising revenues. In 1982 they were \$131.5 million and in 1988, \$295.5 million. They have risen from 18% to 28% of our overall revenue.

In the 7:00 to 11:00 pm slot, Canadian drama programs obtained from independent producers currently represent 38% of English television drama and 39% of French television drama. We are committed to achieving a level of 50% for English and French programming, excluding sports and information.

With regard to co-production, we are currently involved in some 50 projects for both English and French television. Most projects involve an independent Canadian producer.

What quick conclusions can be drawn from this experience?

I will first make an assumption rather than attempt a conclusion. André Malraux, with remarkable intellectual arrogance, stated in the very last line of Psychologie du cinéma that the cinema is also an industry. We all know that broadcasting is an industry as well. However, I must insist -- and in this I share the opinion of the lawmakers of several countries who have so decreed for over 50 years -- that it has first and foremost to be a means of culture, education and enlightenment.

We must vigourously resist the tendency to regard television and radio as nothing more than "business". The "business" of television and film often results in the creation of truly great works. However, submitting such means of expression to mere industrial and commercial imperatives would be a serious mistake. In this respect, I am delighted that the Government of Canada has retained -- in recently proposed broadcasting legislation -- a principle that dates back 50 years in this country that broadcasting is first and foremost a public service, and that the CBC is its focus as well as its pulse.

We can also take pleasure in the fact that the countries of Europe have long recognized this principle as well. There would be considerable cause for concern if some of the world-wide trends currently developing were to become reality.

How ironic it would be if a small country like Canada, made up of two minorities in a North American sea, with a rather short cultural history, were to continue to struggle to try and retain its cultural originality while the countries of Europe, more numerous and with a long and very rich cultural histories, weakened before the threatening commercial audiovisual storm.

For there will be an audiovisual storm. It will be the result of the proliferation of networks, rendered possible by cable or satellite or by a combination of the two.

We cannot overemphasize the case of the European movie industry, which, while appearing commercial, has long included significant cultural involvement that has allowed it to play a role from which the whole world benefits.

The big names in world cinema of European origin are the product of a cultural film policy and are not only governed by the laws of the marketplace.

We must therefore conclude, and this is my second point, that the Canadian and European experiences prove that maintaining radio and television as a public service requires strong support from government, as is now the case for universities, schools and health care. As a means of communication, don't the audiovisual media deserve as much attention and public support as the maintenance of highways?

Third point. This approach does not necessarily create a bureaucratic monolith. Support for movie production in Europe, the existence of Telefilm Canada and the CBC's policy to give 50% of its entertainment production to independent producers testify to this. A variety of ways can be found of combining the entrepreneurship and creativity of independent producers with the cultural vocation of the public sector.

Fourth, I would say that, if government support or intervention is expected, the benefiting agencies have to meet certain cultural criteria.

This support cannot consist solely of subsidies to business enterprises. Naturally, cultural criteria imply the need for certain value judgments to be made. This is unavoidable. Be that as it may, there are numerous precedents. For instance, state museums do not purchase just any painting. An agency supported by public funds should therefore not, in my opinion, allow itself the same freedom and function in the same way as those organizations that operate entirely without public support and must rely solely on what is available in the commercial sector.

My fifth point is particularly relevant to the context in which we find ourselves today. How can we reconcile international cooperation, which is of concern to us, with the cultural and educational vocations that are the reason for our being? How can we reconcile a policy of cultural originality with a goal of international cooperation?

Much is being said these days of the potential benefits of exports and of the new markets that are opening up, that will open up or that should open up.

What, however, would we export? I see no reason why organizations such as the CBC, supported by public funds, should try to export to the United States the same type of cultural products that the

Americans produce themselves. I can understand the allure of the American market, but this does not seem to me to be a factor that should motivate organizations whose function it is to provide a public service.

There lies in this a temptation and a danger, which Robert Stéphanie pointed out as follows in the March 1988 edition of the EBU Review:

Instead of working earnestly to create a European market, producers may want more than ever to conquer the American market. To this end, topics, formats and even distribution will be imposed: a number of producers are already requiring their directors to shoot their films in English, regardless of the fact that they are French, Italian or Greek productions. Only a shrewd and firm policy adopted by EEC countries can prevent an all-powerful consortium from smothering the wide-ranging variety of present-day broadcasting production.

We are agencies that have been created as vehicles for the expression of the authentic culture of the people around us. For institutions such as ours, production aimed exclusively towards

conquering the American or Japanese or Chinese markets is a mistake and perhaps even an illusion.

According to Robert Stéphanie, in the same article, our role is to watch over the survival of diversity and differences.

Madame Simone Veil spoke recently in Monte Carlo of local realities often leading to the universal.

One solution would be to seek historical, sociopolitical or cultural situations common to us all and therefore authentic. We share many, whether they already exist in fiction or are the potential subjects of brand new scenarios.

Furthermore, I think it is incumbent upon agencies with a cultural vocation to deal with universal questions. There are several examples of this type of programming in which the CBC has participated in recent years:

- . The Struggle for Democracy, with Patrick Watson
- . Vivaldi, a co-production by the CBC, RAI Italian television and a West German broadcaster
- . Le défi mondial, with Peter Ustinov
- . Harry Rasky's many fine documentaries, including ones on Chagall and Degas
- . The Music of Man, with Yehudi Menuhin.

There have also been programs of this type on CBC radio:

- . A Celebration of Genius, on the 300th anniversaries of Bach and Handel
- . George Orwell: A Radio Biography, first broadcast on CBC and later in the U.S., Australia and New Zealand.

I would like to suggest that public service agencies and their partners, the private producers, establish real international alliances inspired by their common vocation rather than by the chase after the mirage of the conquest of the American market. The conquest will come as an added bonus.

In closing, I would like to make it clear that our -- and your -- position has nothing to do with chauvinism.

Let us not talk about the hegemony of American culture. Let's come back rather to T.S. Eliot, who was born in America and later became a British citizen, and refer to a passage in Notes Towards the Definition of Culture, which seems to have been written with this meeting, with Canadians and even with the Europe of 1992 in mind:

When we consider what I call the satellite culture, we find two reasons against consenting to its complete absorption into the stronger culture. The first objection is one so profound that it must simply be accepted: it is the instinct of every living thing to persist in its own being. (...)The survival of the satellite culture is of very great value to

the stronger culture. It would be no gain whatever for English culture, for the Welsh, Scots and Irish to become indistinguishable from Englishmen - what would happen, of course, is that we should all become indistinguishable featureless 'Britons', at a lower level of culture than that of any of the separate regions. On the contrary, it is of great advantage for English culture to be constantly influenced from Scotland, Ireland and Wales.

Group culture may be likened to individual culture. It is not a mere matter of consumption. It is also expression and creation; something akin to breathing in and breathing out.

And creative expression is necessarily linked to location, environment, friends, family and experience. As my compatriot Northrop Frye has said, there is something organic about it.

Our methods of cultural expression, as we said earlier, have been rendered complex and costly by technology and this creates difficulties for groups that do not have access to important markets.

This condition of the modern world, however, does not alter the essential nature of culture. It merely increases the scope of the challenge for groups such as ours. It also underlines the importance of working together to define and defend the values we hold dear.



Télévision sans frontières?

Allocution du président
de la Société Radio-Canada,
M. Pierre Juneau,
au 10e Festival international
du film et de la télévision
dans les pays celtiques

Le mercredi 15 mars 1989

Roscoff (France)

Je veux remercier Con Bushe et les organisateurs du Festival du film et de la télévision dans les pays celtiques de m'avoir de nouveau invité à vous adresser la parole, cette fois à Roscoff.

Je dis de nouveau parce qu'en 1982, j'avais été invité à Wexford, en Irlande où, à mon grand regret, je n'avais pu me rendre.

C'est sans doute comme témoin et porte-parole de l'expérience canadienne que j'ai été invité à vous adresser la parole. Il faut donc m'excuser si je parle beaucoup du Canada.

Le Canada, on le sait, puise aux mêmes sources culturelles que vous. Nous sommes, en effet, Bretons, Irlandais, Écossais et Gallois. Nous sommes aussi, bien sûr, Normands, Anglais, Poitevins, Périgourdins, Vendéens, Indiens, Italiens ou Inuit.

Notre expérience audiovisuelle est quelquefois perçue en Europe comme un exemple inquiétant. Ainsi, au sujet de l'invasion télévisuelle de l'Europe par les programmes américains, on a quelquefois parlé de la "canadianisation" de l'Europe.

Qu'en est-il au juste ? Que faut-il retenir de l'expérience canadienne ? Question d'autant plus pertinente que notre radiodiffusion est à la fois francophone et anglophone, de l'Atlantique au Pacifique.

Nous représentons comme vous ce qu'on peut appeler une culture minoritaire ou, comme le disait T.S. Eliot, une culture satellite. Cette appellation va de soi pour la culture francophone du Canada, noyée dans une mer anglophone de 250 millions d'individus, mais elle vaut également pour la culture canadienne de langue anglaise vis-à-vis des États-Unis. Il est donc intéressant de réfléchir sur la situation des cultures minoritaires et sur les stratégies qui leur conviennent dans un monde où la culture s'est industrialisée. Car, on le sait, les modes d'expression culturelle les plus influents dans le monde actuel exigent des technologies coûteuses et dépendent en retour de systèmes de mise en marché très puissants. Au départ, il y a donc contradiction entre les cultures minoritaires et les modes technologiques d'expression culturelle. Certains produits culturels modernes exigent de très larges marchés pour amortir leurs coûts et, par définition, les cultures minoritaires disposent de marchés ou de clientèles modestes en

nombre. Il y a là, pour nous et pour vous, nous en savons quelque chose, un immense défi. Défi culturel, défi industriel, défi qui met au risque les institutions mêmes que nous dirigeons.

Sans aucun doute, le cas canadien est un laboratoire que tous ceux qui s'intéressent à l'évolution probable de la radiodiffusion devraient étudier. Mais, il ne comporte pas que des aspects négatifs. Au contraire, je crois que tous nos efforts depuis 50 ans ont eu pour résultat d'éviter ce que j'appellerai, de façon quelque peu dramatique, "l'erreur américaine". Ne voyez là rien de chauvin. Je parle du modèle adopté par nos voisins américains quant à l'organisation de la radiodiffusion. Il s'agit, en effet, à mon avis, d'une regrettable erreur culturelle dont le monde entier paye le prix. Cette erreur consiste à associer totalement la radio et la télévision au commerce, à la mise en marché du chewing-gum, de la colle à dentiers, du dentifrice, des savons de toutes sortes, de toutes les formes de breuvages et de bonbons, des pneus de voitures, des voitures elles-mêmes ou de tout ce qui a trait à l'industrie de l'automobile.

Je ne parle pas de l'idée d'autoriser l'usage de la publicité à la radio ou à la télévision comme on le fait dans tous les pays du monde occidental -- ici en France,

au Royaume-Uni et au Canada. Je parle de la politique qui consiste à associer complètement la radiotélévision au commerce plutôt qu'à l'éducation et à la culture.

Malheureusement, c'est une façon de faire qui menace le monde entier. Il faut lire à ce sujet un excellent article de Les Brown, un des commentateurs les plus éclairés de la télévision mondiale, dans le numéro de février 1989 de TBI. Il conclut ainsi :

« Malgré eux, dans la nouvelle course aux auditoires, les télédiffuseurs européens ont commencé à se comporter d'une manière tout aussi détestable que les Américains : en déplaçant des émissions culturelles et des documentaires en dehors des heures de grande écoute, en jouant sur la grille-horaire et en faisant de la contre-programmation, en achetant à tout prix les succès et en mettant aux commandes des administrateurs plutôt que des créateurs. Comme dans tous les autres types d'affaires, l'enjeu est toujours le même. La différence en télévision, c'est que les États-Unis sont bien plus en avance que la plupart des autres pays. Le reste du monde s'évitait probablement beaucoup d'ennuis et gagnerait du temps s'il considérait le système américain non pas comme un modèle mais comme une préfiguration de ce qui se passera chez eux. »

Il y a, bien sûr, aux États-Unis, une entreprise admirable, à savoir PBS. Mais dans le paysage audiovisuel américain, c'est un effort marginal, sa part de l'écoute totale n'étant que de 5 % contre 95 % pour les chaînes commerciales.

Il est intéressant d'imaginer ce que serait devenu le paysage culturel américain et mondial si les États-Unis avaient adopté un modèle de service public pour leur radiotélévision.

Si on songe à la qualité des grandes universités américaines ou des grandes institutions culturelles américaines, on peut imaginer la contribution qu'une radiotélévision américaine de service public aurait apportée aux États-Unis et au reste du monde. Ou encore, pensons à un PBS américain qui aurait eu la place aux États-Unis qu'occupent Radio-Canada au Canada, les chaînes publiques en France ou la BBC au Royaume-Uni.

Bien sûr, la télévision n'est pas l'université et personne de la télévision ne veut remettre les gens sur les bancs de l'école, surtout pas les enfants. Mais, quand on pense au nombre d'heures que les gens passent à la télévision -- 23 heures par semaine en Amérique, y compris les enfants -- est-il raisonnable de l'isoler de la

culture, de l'éducation, de toute forme de stimulation de l'esprit ?

C'est en 1932, donc il y a 57 ans, que la politique canadienne de radiodiffusion se démarqua du modèle américain. Les chaînes de radio commerciales américaines s'apprêtaient à traverser la frontière canado-américaine et à rayonner au Canada. Aux entrepreneurs canadiens dans ce nouveau secteur, se cramponner à la locomotive des chaînes américaines apparaissait comme une solution alléchante. Quant aux chaînes américaines, l'invasion du territoire canadien leur semblait une forme toute naturelle de liberté commerciale.

Mais, le gouvernement de l'époque, dirigé par le Parti Conservateur, décida, à la suite des recommandations d'une commission d'étude, de créer en 1932 une radio publique qui devint, quatre ans plus tard sous un gouvernement dirigé cette fois par le Parti Libéral, la Société Radio-Canada. Dès lors, nous assistions, avec l'appui des sociaux-démocrates, à une politique non-partisane qui s'est maintenue jusqu'à ce jour.

Cette démarcation du Canada par rapport à la politique et aux intérêts américains représentait de toute évidence un refus de la domination américaine des ondes

radiophoniques canadiennes, et comme l'affirmation de la nécessité, pour le Canada, de contrôler lui-même un puissant moyen de communication. Mais cette décision comportait simultanément un aspect plus profond et de plus grande conséquence.

On aurait pu, en effet, comme ce fut le cas 36 ans plus tard avec la Loi canadienne sur la radiodiffusion de 1968, statuer que la radio et la télévision n'appartiendraient qu'à des Canadiens mais qu'elles seraient liées au commerce par un mariage monogamique et indissoluble.

La décision canadienne de 1932 fut beaucoup plus fondamentale, à savoir que l'ensemble de la radiodiffusion serait un service public. On rejetait le modèle américain; ou, comme je le disais plus tôt, on évitait "l'erreur américaine".

La voie était alors tracée mais le but n'était évidemment pas atteint. L'entreprise ne faisait que commencer. Il fallait alimenter la radio, et plus tard la télévision, en programmes. Le système, comme bien d'autres, allait comporter deux secteurs: un secteur public et un secteur privé. Comment financer une

programmation canadienne originale, et pour le secteur privé, et pour le secteur public, c'est-à-dire Radio-Canada ?

C'est le même problème auquel est aujourd'hui confrontée l'Europe avec la multiplication des canaux.

Problème extrêmement difficile pour le Canada, surtout avec l'avènement de la télévision en 1952. Ceci, pour deux raisons que vous connaissez bien : l'immense attrait des émissions américaines et leurs coûts d'achat minimes par rapport aux coûts de production originaux.

Faute de temps, je ne parlerai pas du secteur privé canadien, dont la programmation canadienne -- du moins du côté anglophone -- ne sort pas beaucoup du domaine de l'information, des sports et des jeux questionnaires. Je ne parlerai pas non plus de la radio.

Où en est donc la télévision canadienne en 1989 ?

À la télévision française de Radio-Canada, la teneur canadienne des émissions réseau aux heures de pointe (19 h - 23 h) atteint actuellement 82 %.

Du lundi au vendredi, de 18 h à 23 h, nous présentons chaque jour un minimum de deux heures d'émissions d'information et jusqu'à trois heures de dramatiques. Notre journal télévisé de 22 h obtient une part d'écoute moyenne de 37 % chez les francophones et LE POINT, qui le suit, 31 %.

Certaines de nos séries dramatiques du côté français -- familièrement dénommées téléromans -- atteignent deux et même trois millions de spectateurs, c'est-à-dire de 60 à 80 % de l'auditoire à l'écoute. C'est un phénomène inégalé, même par les émissions américaines les plus populaires aux États-Unis. Par exemple, The Bill Cosby Show obtient une part moyenne d'écoute de 40 % aux États-Unis.

À la télévision anglaise de Radio-Canada, la teneur canadienne de la programmation est de 82 % en soirée. Elle était de 57 % en 1968 et de 70 % en 1982.

Aux heures de grande écoute, la part d'auditoire de notre réseau anglais de télévision se maintient à environ 20 %. C'est un tour de force, compte tenu que la plupart des grandes villes canadiennes reçoivent par le câble et par voie hertzienne toutes les chaînes

américaines, et parfois en double. Sans parler des stations canadiennes qui présentent les mêmes émissions américaines.

Soixante-huit pour cent des foyers canadiens sont abonnés au câble et 88 % sont à sa portée. Cinquante pour cent reçoivent un minimum de 30 canaux. Soixante-dix pour cent possèdent un magnétoscope.

Comme en français, la télévision anglaise présente, à 22 h, un journal télévisé suivi d'une émission d'affaires publiques qui rejoignent près de 2 millions de téléspectateurs, soit 26 % de l'auditoire à l'écoute.

En soirée, les émissions dramatiques canadiennes représentent un peu plus de 5 heures par semaine. Elles viennent de plus en plus du secteur privé : 38 % en 1987-1988.

Au cours des six dernières années, nous avons remplacé deux heures par semaine de séries américaines par des séries canadiennes sans perdre ni auditoire ni recettes commerciales.

Notre ambition, du côté anglais, est de présenter 10 heures par semaine de dramatiques canadiennes aux heures de grande écoute et de porter notre pourcentage de programmation canadienne à 95 et même à 100 pour toute la journée.

La bataille cependant est loin d'être gagnée si l'on songe que pour l'ensemble de la télévision canadienne, 95 % des émissions dramatiques sont d'origine américaine.

D'autre part, nous mettrons en marche, en septembre 1989, une chaîne d'information canadienne en langue anglaise fonctionnant 24 heures sur 24. Les émissions seront distribuées par satellite et nous comptons pouvoir rejoindre par le câble quelque cinq millions de foyers. Nous comptons lancer une chaîne parallèle en langue française en septembre 1990.

Nous avons aussi des plans très avancés pour lancer une chaîne de télévision générale aux États-Unis qui utiliserait un satellite américain pour rejoindre les foyers câblés de ce pays.

Finalement, vous savez peut-être que depuis le 1er septembre 1988, une chaîne canado-européenne, impliquant le Canada, la France, la Belgique et la Suisse,

fonctionne au Canada par satellite et rejoint environ 2,2 millions de foyers câblés.

Quels sont les facteurs qui nous ont permis d'obtenir les résultats que je viens d'énoncer ?

Facteur primordial : il fallait d'abord une confiance et une détermination qui n'étaient pas partagées par tous. Confiance dans l'habileté créatrice des Canadiens et détermination de faire une place aux créateurs en dépit des oppositions et des doutes.

Pour comprendre ce scepticisme et cette timidité, il faut savoir que depuis l'avènement du cinéma, on n'offrait, au Canada anglais, pratiquement que des films américains et, à la télévision, en très grande majorité des séries, des variétés et des films américains. Depuis toujours, l'industrie du cinéma, tant anglophone que francophone, ne comportait que deux secteurs : distributeurs et exploitants, tous américains à l'exception d'une chaîne de salles francophone. Il n'y avait pas de maison de production sauf, à partir de 1939, l'ONF, et quelques maisons qui produisaient des films industriels.

On avait donc l'habitude de penser qu'un spectacle ne pouvait venir que de Hollywood -- ou de Paris -- mais

surtout de Hollywood, le public pour le cinéma français étant limité.

En 1958, l'organisme canadien de réglementation de la radiodiffusion, assez faiblement, commença à parler de programmation canadienne. Dix ans plus tard, en 1968, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes donna le signal d'une détermination claire en exigeant de tous les télédiffuseurs qu'ils doublent leur pourcentage de programmes canadiens et le portent à 60 -- si je ne me trompe, un chiffre dont on a parlé en Europe récemment.

Même à Radio-Canada, les séries et les variétés américaines tenaient une très grande place dans la grille de la télévision de langue anglaise. Cependant, durant les années 70, les chaînes privées rejoignirent à leur tour une très grande partie de la population, ce qui n'était pas le cas auparavant. Le marché de la chaîne anglaise CTV, par exemple, devint peu à peu équivalent à celui de Radio-Canada. La clientèle du câble grimpa à 50, 60 et, dans certaines villes, à 80 et même 90 % des foyers. Tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de Radio-Canada, il parut de plus en plus étrange qu'un organisme soutenu par les fonds publics

puisse présenter tant d'émissions américaines facilement accessibles ailleurs. On parlait de plus en plus de l'inutilité de la télévision anglaise de Radio-Canada.

À partir de 1975, la direction de Radio-Canada devint fermement résolue à canadianiser la programmation de dramatiques à sa télévision de langue anglaise.

À la télévision de langue française, les émissions dramatiques ont toujours eu une forte saveur locale et, comme je l'indiquais plus tôt, un succès populaire remarquable. Il est couramment admis que Radio-Canada a fourni un apport de tout premier plan à l'essor culturel et socio-politique du Québec et du Canada français.

Les émissions dramatiques, on le sait, sont très coûteuses. Le coût d'achat, au Canada anglais, d'une série américaine d'une heure oscille entre 50 000 et 70 000 dollars. Le coût de production de cette même série aux États-Unis peut facilement atteindre ou dépasser un million de dollars. Nos coûts de production sont inférieurs aux coûts américains mais représentent facilement dix fois les coûts d'acquisition d'émissions américaines. Je crois qu'on utilise les mêmes facteurs en Europe.

La canadianisation était donc impossible sans financement additionnel. Au début des années 70, le CRTC avait proposé que les systèmes de câble, qui redistribuaient sans frais les programmes diffusés par les chaînes, devraient contribuer au financement de la production canadienne. Ce n'est qu'en 1983 que le gouvernement imposa aux compagnies de câble une taxe, au début de 6 % et actuellement de 10 %, sur leurs recettes brutes. Parallèlement, le gouvernement créa un fonds d'aide à la production qu'il confia à un organisme appelé Téléfilm Canada. Les producteurs indépendants -- et eux seulement -- ont accès à ce fonds. L'argent cependant n'est versé que si le producteur obtient un engagement écrit et précis d'un diffuseur d'inscrire cette production à sa grille. Téléfilm dispose d'un budget annuel de 100 millions de dollars, dont 60 millions sont destinés à des productions pour la télévision, et le reste, à des longs métrages. Des 60 millions pour la télévision, environ la moitié est allouée à des projets dans lesquels Radio-Canada est impliquée.

Cette politique vise deux objectifs :

- inciter les diffuseurs à programmer davantage d'oeuvres originales canadiennes en diminuant les coûts d'achat de ces oeuvres;

- encourager les diffuseurs à collaborer avec les producteurs indépendants.

Les ressources nécessaires à Radio-Canada pour augmenter les programmes canadiens ne sont pas venues uniquement de Téléfilm. Nous avons réduit considérablement nos dépenses administratives et nous avons augmenté notre productivité afin de réorienter des fonds vers la programmation. Les crédits d'exploitation que nous obtenons du gouvernement ont, en fait, diminué en dollars constants depuis quelques années. Mais, d'autre part, nous avons beaucoup augmenté nos recettes publicitaires. Elles étaient de 131,5 millions en 1982; elles ont atteint en 1988 la somme de 295,5 millions de dollars. Elles sont passées de 18 % à 28 % de nos recettes globales.

Dans le créneau de 19 h à 23 h, le pourcentage d'émissions dramatiques canadiennes obtenues des producteurs indépendants est, à l'heure actuelle, de 38 pour la télévision anglaise et de 39 pour la télévision française. Nous nous sommes engagés à atteindre éventuellement un plateau de 50 % pour la programmation anglaise et française à l'exclusion des sports et de l'information.

En matière de coproductions, nous sommes actuellement associés à une cinquantaine de projets, tant à la télévision française qu'anglaise. Dans la plupart des cas, il y a participation d'un producteur indépendant canadien.

Quelles conclusions rapides pouvons-nous tirer de cette expérience ?

J'énoncerai d'abord un postulat, un concept plutôt qu'une conclusion. André Malraux, avec une arrogance intellectuelle tout à fait admirable, à la dernière ligne de *Psychologie du cinéma*, affirmait que « Le cinéma est aussi une industrie ». Nous savons tous que la radiodiffusion est aussi une industrie, mais, à mon avis, il faut maintenir qu'elle doit être d'abord, comme l'ont décrété les législateurs de plusieurs pays depuis plus de 50 ans, un moyen de culture, d'éducation, de clairvoyance ou, comme on dit en anglais, d'« enlightenment ».

Il faut résister vigoureusement à la tendance voulant que la télévision et la radio ne soient que commerce. Le commerce du cinéma et de la télévision produit des

oeuvres admirables. Mais l'idée d'assujettir de tels moyens d'expression à des impératifs strictement industriels et commerciaux est une aberration. À ce sujet, je me réjouis que le gouvernement canadien ait décidé de maintenir, dans un récent projet de loi sur la radiodiffusion, un principe vieux de 50 ans au Canada, à savoir que la radiotélévision est avant tout un service public et que l'institution Radio-Canada en est l'âme, l'élément fondamental.

On peut aussi se réjouir que les pays d'Europe aient également reconnu ce principe depuis longtemps. Il y aurait lieu de s'inquiéter grandement pour le monde entier si certaines tendances actuelles devaient se réaliser.

Ne serait-il pas ironique que, d'une part, un petit pays comme le Canada, formé de deux minorités dans la mer nord-américaine, jouissant d'une très jeune tradition culturelle, continue avec grand effort de tenter de préserver sa diversité et que, d'autre part, les pays d'Europe, plus nombreux, avec une très longue et très riche histoire culturelle, faiblissent devant l'ouragan audiovisuel commercial qui s'annonce.

Car, il y aura ouragan audiovisuel. Il sera le résultat de la multiplication des canaux, soit par le câble, soit par les satellites, soit par une combinaison des deux.

On ne saurait trop souligner le cas du cinéma européen qui, sous des dehors très commerciaux, comporte depuis longtemps des interventions culturelles importantes qui lui ont permis de jouer un rôle dont la culture mondiale a tiré profit. Les grands noms du cinéma de souche européenne sont le résultat d'une politique culturelle du cinéma et non pas seulement des lois du marché.

Il faut donc conclure, et c'est mon deuxième point, que l'expérience canadienne et l'expérience européenne démontrent que le maintien de la radio et de la télévision, comme service public, requiert un appui résolu de l'État, comme c'est d'ailleurs le cas pour les universités, les écoles et les soins de santé. Comme moyen de communication, l'audiovisuel ne mérite-t-il pas autant d'attention et d'appui public que le système routier ?

Troisième point. Ceci ne conduit pas au monolithisme bureaucratique. L'aide au cinéma en Europe, l'existence de Téléfilm Canada et la politique de Radio-Canada de confier 50 % de sa production de divertissement aux producteurs indépendants, le démontrent. Il est facile

de mettre au point divers mécanismes qui permettent d'associer l'esprit d'entreprise et la créativité des producteurs indépendants à la mission culturelle du secteur public.

En quatrième lieu, je dirais que s'il y a aide ou intervention de l'État, les entreprises qui en bénéficient doivent se soumettre à des critères de type culturel. Une telle aide ne doit pas constituer uniquement des subventions à une industrie. Bien sûr, qui dit critère culturel reconnaît la nécessité de certains jugements subjectifs. Mais, on ne peut y échapper. Et d'ailleurs, les précédents sont nombreux. Ainsi, les musées d'État n'achètent pas n'importe quel tableau. Une entreprise soutenue par les deniers publics ne devrait donc pas, à mon avis, se permettre la même facilité et fonctionner de la même façon que les entreprises qui n'ont aucun soutien des pouvoirs publics et qui exploitent totalement les moyens propres au secteur commercial.

Mon cinquième point rejoint de façon précise le contexte dans lequel nous nous trouvons aujourd'hui. Comment, en effet, réconcilier la collaboration internationale qui nous préoccupe avec la mission culturelle et éducative

qui est notre raison d'être ? Comment aussi réconcilier une politique d'originalité culturelle avec un objectif désirable de collaboration au-delà des frontières ?

On nous parle beaucoup des bénéfices potentiels de l'exportation et des nouveaux marchés qui s'ouvrent, qui vont s'ouvrir ou qui devraient s'ouvrir.

Mais, exporter quoi ? Je ne vois pas bien pourquoi des organismes comme Radio-Canada, soutenus par des fonds publics, tenteraient d'exporter vers les États-Unis les mêmes types de produits culturels que les Américains produisent eux-mêmes. Je comprends qu'on soit séduit par le mirage du marché américain, mais ça ne me semble pas un facteur qui devrait motiver des organismes dont la raison d'être est le service public.

Il y a là une tentation et un danger que Robert Stéphané signalait comme suit dans le numéro de mars 1988 de la *Revue de l'UER* :

« Plutôt que de créer sérieusement le marché européen, on voudra plus que jamais conquérir les U.S.A. Les sujets et la forme seront imposés à cette fin, voire la distribution, et l'on sait que déjà nombre de producteurs obligent les réalisateurs à tourner leurs films en anglais, qu'il s'agisse de productions françaises,

italiennes ou grecques. Ce risque d'un étouffement de la riche diversité des réseaux actuels par un consortium hégémonique ne peut être évité sans une politique intelligente et volontaire des États de la CEE. »

Nous sommes des organismes créés afin de permettre l'expression de la culture authentique des gens qui nous entourent. Pour des institutions comme les nôtres, produire selon des recettes de fabrication destinées purement à conquérir le marché américain ou japonais ou chinois est une erreur, et peut-être même une illusion.

Notre rôle, comme le dit Robert Stéphane dans le même article, est de « veiller à la survie des diversités et des différences ».

Et c'est Madame Simone Veil qui, récemment à Monte Carlo, disait de « l'enracinement » dans la réalité locale « qu'il est souvent l'une des voies d'accès à l'universel ».

Une solution consiste à rechercher des situations historiques, socio-politiques ou culturelles qui nous sont communes, donc authentiques de part et d'autre. Elles sont nombreuses entre nous, qu'elles soient reflétées dans des oeuvres romanesques existantes ou

qu'elles fassent l'objet de nouveaux scénarios créés de toute pièce.

D'autre part, des organismes à vocation culturelle, comme les nôtres, doivent traiter de questions universelles. Il en existe plusieurs exemples auxquels Radio-Canada a participé au cours des dernières années :

- . Démocraties (The Struggle for Democracy), avec Patrick Watson
- . Vivaldi, une coproduction de Radio-Canada, de la RAI (Italie) et d'un radiodiffuseur ouest-allemand
- . Le défi mondial, avec Peter Ustinov
- . Les nombreux documentaires d'Harry Rasky, entre autres sur Chagall et Degas
- . The Music of Man, avec Yehudi Menuhin.

De telles productions sont aussi réalisées pour la radio

- . A Celebration of Genius, pour souligner le 300e anniversaire de Bach et de Haendel
- . George Orwell : A Radio Biography, diffusé d'abord à Radio-Canada et repris aux États-Unis, en Australie et en Nouvelle-Zélande.

Je voudrais proposer que les organismes de service public, et les producteurs privés qui sont leurs associés, forment de réelles alliances internationales inspirées de leur mission commune plutôt que poursuivre le mirage de la conquête du marché américain. Cette conquête viendra par surcroît.

En terminant, je voudrais insister sur l'idée que la position que nous tenons, et que vous tenez, n'a rien à voir avec le chauvinisme.

Ne parlons pas de l'hégémonie culturelle américaine. Revenons plutôt à T.S. Eliot, qui était, comme on sait, à l'origine américain et devint plus tard britannique. Je veux parler d'un passage de *Notes Towards the Definition of Culture*, qui semble avoir été écrit pour cette rencontre, et pour nous Canadiens, et même pour l'Europe de 1992 :

« Si l'on examine ce que j'appelle la culture satellite, on découvre deux raisons pour lesquelles on ne doit pas consentir à son absorption complète par la culture prédominante. La première objection est si profonde qu'il faut tout simplement l'accepter telle quelle : c'est l'instinct de toute chose vivante de persister dans sa propre existence. (...) La survie de la culture satellite

est très précieuse pour la culture prédominante.

La culture anglaise n'aurait absolument rien à gagner à ce que l'on ne puisse plus distinguer les Gallois, les Écossais et les Irlandais des Anglais; ce qui arriverait, bien entendu, c'est que nous deviendrions des Britanniques anonymes, indifférenciables, dont le niveau de culture serait inférieur à celui de l'une ou l'autre de ces régions. Au contraire, la culture anglaise ne peut que bénéficier d'être constamment influencée par l'Écosse, l'Irlande et le pays de Galles. »

Il en est de la culture commune ou de la culture des groupes comme de la culture personnelle. Elle ne peut pas être que consommation, elle doit aussi être expression, création. Comme la respiration, elle a deux temps.

L'expression, elle, est nécessairement liée au lieu, au milieu, à l'entourage, au temps vécu. Comme le dit un de mes compatriotes, Northrop Frye, elle a quelque chose de végétal.

Nous l'avons vu plus tôt, certains modes d'expression culturelle, les nôtres, sont devenus, par la technologie, des modes et des systèmes complexes et coûteux, donc rendus difficiles pour des groupes ne disposant pas d'immenses marchés.

Cette condition du monde moderne ne change rien à la nature essentielle de la culture. Elle ne fait qu'augmenter la dimension du défi pour des groupes comme les nôtres. Elle démontre aussi l'importance de travailler ensemble à l'illustration et à la défense des valeurs qui nous intéressent.



Canadian Broadcasting Corporation
Société Radio-Canada

CA1

76C

-577

The CBC: Just Give It the Means... And Then Watch!



Notes for an address by Pierre Juneau,
President of the CBC

April 5, 1989

at the 143rd Annual Meeting of the
Hamilton and District Chamber of Commerce
Hamilton, Ontario

A businessman who headed two royal commissions that examined the CBC - Robert Fowler - once said "if we did away with the CBC, somebody would just have to re-invent it."

The CBC is the only national medium in Canadian public life that is available everywhere, including the remotest crannies of Labrador, all the small towns and villages across Canada, and the high Arctic, and moreover, in our two official languages. It is our national electronic press, our national theatre, our Canadian sports and entertainment provider.

Public opinion polls and surveys show that the Canadian people agree - that the CBC is essential to Canada. For instance, an Angus Reid report said:

"The CBC enjoys an overall positive image among Canadians from all walks of life with a majority of survey respondents from all major sub-groupings of the population indicating they believe this Crown Corporation is well-run (62%) and...remain strongly attached to keeping the CBC publicly-owned."

There can be no serious argument that the services the CBC provides could be offered free by the private sector, any more than our school and university systems, our national parks, the National Ballet or the National Gallery could be provided by private enterprise alone.

You know, people sometimes ask - why can't the CBC make money like the private broadcasters. TV stations in large cities make loads of money, they suggest. Well, I'm sure that the CBC could do that too, if it didn't have to live up to all the obligations that are quite justifiably imposed on such a public service. If all our radio and television licences were up for grabs, I'm sure there would be lots of private takers, provided the CRTC were willing to drastically reduce the public service obligations.

But suppose we all accept that the CBC is essential to Canada - and as the polls show, most Canadians do - there still remain some very important questions: are we getting our money's worth? Is the CBC run effectively? How important are all those services?

But first, we must consider the extremely important part television plays in the lives of Canadians. They spend about 24 hours a week in front of television screens. As you know, children spend more time in front of the 'box' than in school. Television can, at its best, enlighten and inform as well as simply entertain. It can be merely neutral. And, unfortunately, it can also de-educate and misinform. It may not be as important as all of our universities and our entire school system, but it rivals their impact on our time and interest, and that of our children.

With the CBC cost close to \$900 million in public funds, what do we get for that money? We get a multitude of services. Indeed, we must realize that the CBC isn't only an English TV network like PBS, to which it is often compared, or the CTV network. It's a whole range of services, all spelled out in the mandate:

- two television networks, one English, one French;
- four radio networks, two English and two French;
- a Northern Service, in English, French and 7
aboriginal languages or dialects;

- all of these delivered by 18 English and 13 French TV stations, 41 English and 22 French Radio stations across the land, and over 6 different time zones via a complex system of transmitters, satellites and microwaves;
- Radio Canada International, in 12 languages around the world;
- the House of Commons service, in English and in French; soon, we hope, to be expanded in a joint venture with the cable industry;
- CBC Enterprises, which sells programs and distributes CBC programs to the schools and universities of Canada through the provincial departments of education;
- shortly, an all-news service, "Newsworld," and, we hope, its French equivalent;
- eventually, we also hope, the "Northstar" service, beaming the best of Canadian programming to American viewers, via satellite to U.S. cable systems - to help reverse the cultural flow.

These services have a great impact not only on the public but also on the Canadian cultural community, because they transfer \$130 million of their budget to Canadian freelance performers, musicians, singers and

writers, and another \$100 million in rights and royalties. And from 1983 to 1988, the CBC also injected over \$105 million into Telefilm projects, thus sparking off in excess of \$300 million in TV productions or co-productions with private film and program producers.

All these services cost each Canadian about \$33 per year, or less than 10 cents a day. So, when you, in turn, divide the 10 cents up, English TV costs about 3 cents a day, French TV, 2 cents, English radio, 1 cent, and French radio, about half a cent.

I ask you, when did you last try to buy something, anything, for 10 cents or less a day? Even a newspaper costs five times that amount. Or what do you get for the annual cost of the CBC - for \$33? It won't give you three month's worth of newspaper subscription or a subscription to the average monthly magazine. In some cities, basic cable plus pay TV will cost you that amount in a month. Or, put it this way - you can spend 10 cents for an evening's worth of CBC TV, or \$5 to rent a couple of videos, or \$20 to treat a friend to a movie and popcorn.

It's your choice, but just think of the sheer dollar value of what we get for our daily dime on Canadian public TV and radio: several hours of first-class Canadian information and entertainment programming or classical music or serious lectures and discussions, and in two languages - available everywhere in Canada and appealing to a wide variety of tastes and interests, not just to the lowest common denominator, and all within the comfort of our own home, or while we commute or travel.

Let's ask some questions about the CBC which businessmen would use in appraising a business: is our product useful and are the customers satisfied? Does the CBC operate efficiently and deliver according to its promise of performance? Does the CBC achieve its goals? Does it benefit its shareholders?

Millions of Canadians are obviously satisfied with the CBC product. They attest to that every night when they tune in to THE NATIONAL, and THE JOURNAL; when more than 5 million of them view ANNE OF GREEN GABLES, or more than half the viewing population of French Canada tunes in to a drama series: a feat that would put a "Dallas" or "Dynasty" in the Guinness book of records.

Those Canadians certainly don't stay tuned because they are a captive audience or have no choice - most today have at least a dozen channel choices, and more than 30 in your average urban centre.

Surveys have shown that the CBC is highly respected for its information programming. CBC information radio, including the news, MORNINGSIDE, AS IT HAPPENS and SUNDAY MORNING, have a staunchly faithful following. So much for satisfaction, but how does one measure an organization like the CBC for efficiency and performance? The CBC wants to be accountable and it is. But it deserves to be assessed fairly. So we have been developing measures and performance indicators, to tell us just how well and efficiently we are performing. There is no doubt that the CBC has greatly increased its efficiency.

In recent years, we have become much leaner. We have absorbed severe budget reductions and shortfalls over the last four years. "Downsizing" was a mysterious buzz-word five years ago. We now consider ourselves experts in "downsizing." We have reduced the total number of positions in the CBC by more than 10%. In the course of doing this, we have laid off almost as many

people as has the entire Government of Canada. This has resulted in an unfortunate impact on some of our programming, but I think we have reduced this impact to a minimum.

The criticism that the CBC is top-heavy with brass, administration and bureaucracy, is quite simply a bum rap. Over 85% of what the CBC spends goes directly into making or buying programs, or into distributing them to your homes, and less than 5% goes into corporate management.

The CBC is also efficient in generating commercial revenue. In fact, since 1982, advertising and other commercial income jumped from 18% of total CBC budget to over 28% last year. The CBC accounts for 25% of the Canadian TV advertising market, with gross revenue of over \$295 million last year.

That's just about as much advertising revenue as made by Time magazine and it's more than made by Newsweek, even taking the U.S. dollar difference into account.

While there is a limit to the amount of advertising revenue we can aim for without affecting our national public mandate, it is clear that the CBC could not have weathered the decline in public funding in recent years without these vastly improved commercial results. Besides, the purchase of advertising on the CBC is another expression of confidence in the CBC, this time by business and industry - confidence in the CBC programs and in the fact that they are appreciated by Canadians.

There is also a simpler definition of efficiency, namely the ability of an organization to deliver its product, on time and on budget. Well, we do that, every hour, every day, 365 days a year, rain or shine, via a complex network of terrestrial and satellite systems.

Another clear indicator of performance, quite apart from ratings or commercial results, is the extent to which CBC management achieves its own goals and priorities.

Let me give you two examples. When I came to the CBC in 1982, we pledged we'd increase Canadian content on English television to 80% within 5 years.

We felt that duplicating the type of U.S. programming that is available on private stations is not a good use of public funds. Well, we did achieve our goal, and vastly increased commercial sales at the same time, despite budget cuts, audience fragmentation and the continued appeal of U.S. shows. And we still promise to increase Canadianization to 95% and to enhance the quality of French-language programming.

We promised an all-news channel, and, despite serious obstacles, it will be up and running in August. With these new ventures, we are dramatically increasing the availability of Canadian programs - without digging deeper into the public purse.

Indeed, "Newsworld," as we call it, will be financed entirely by cable subscriptions and advertising. At this time, months before we go on the air, two-thirds of our commercial time is pre-sold, another example of business effectiveness.

But, you know, all of the benefits that the CBC brings by its presence on the cultural and economic fronts: helping private enterprise, injecting money into the Canadian economy in the form of contracts, creating

jobs, and providing the best technical coverage and quality, are all very important. But our ultimate job, and the real end-product of our endeavors, is getting ideas, information and imagination across to Canadians.

In other words, our real contribution to our 'shareholders' is in helping them see themselves and their reality. A big responsibility which we take very seriously. A Decima survey done for the Department of Communications reported that most Canadians felt that, among its goals, the CBC's top priority was news and public affairs and 90% of respondents expressed high satisfaction with the CBC's job of informing Canadians.

In the case of our French-speaking compatriots, the CBC plays a central role in the very survival of the French language and culture on this continent. When half the French-speaking viewing population stays glued to Radio-Canada drama series and a third to an information program, or for that matter, a hockey game, the CBC is helping French-speaking Canadians function and flourish in their own language and manner, wherever they live in Canada.

The determination of the CBC to give a good return on public investment can also be illustrated by two examples - the Toronto Broadcast Centre and "Newsworld."

In Toronto, the CBC currently operates from 26 buildings, most of them leased and many of them obsolete and sub-standard. In order to consolidate these facilities, the CBC turned to the private sector to help develop a downtown site which it had acquired a number of years ago, the value of which had multiplied by a factor of nearly ten. The CBC called for tenders and as a result some \$500 million of private money will be invested in a mixed-use project. Besides a CBC consolidated Broadcast Centre, the whole project, which will be one of the largest in North America, will also include office, residential and retail space, as well as a hotel and a park. It will generate over 15,000 person/years of employment, including 4,200 on-site construction jobs in the Toronto area. The Government, of course, approved the project and has also helped the CBC by providing an amount of \$65 million spread over several years. I'd say that's a pretty good return on investment of public funds.

The CBC Toronto model of mixed development is being closely examined by many cities as a potential solution to the challenge of deriving maximum benefit from public funds and, at the same time, creating maximum opportunity for the private sector.

The other example of effective management is "Newsworld," the CBC's 24-hour all-news service.

As I pointed out, we haven't asked the government for any additional funds for this service. Instead, we'll be maximizing use of our existing news-gathering services in Canada and abroad. And, into the bargain, "Newsworld" will create over two hundred new jobs and spark activity in regional centres like Calgary, Halifax and Winnipeg, thus helping to further decentralize the editorial activities of the CBC. Indeed, more than 70% of the programming of "Newsworld" will come from outside Toronto. The only all-news service available in Canada at the moment is CNN from Atlanta.

If I have one wish on leaving this job, it is that the CBC be judged, not on the basis of myths from the past, not by ideology, not by prejudice, but quite simply on the basis of its product and its performance. That way, I think, we would come out just fine.

One of our magazine pundits on the Canadian ethos once described us as the only nation that, regularly, in search of the question "do we have a Canadian culture," or "is there such a thing as a Canadian," periodically pulled ourselves up by the roots just to see whether we really had any.

Well, we seem to do that sort of thing with our institutions too, and I don't think there is any other aspect of Canada that has been as closely and as constantly re-examined as the CBC. And, you know, all of the inquiry commissions into broadcasting have reached very similar conclusions and recommendations with respect to the CBC. They've all agreed it is our broadcast and even cultural centrepiece and that public broadcasting must be adequately nurtured.

We've been trying for so long now to solve this basic contradiction between our official rhetoric and budget constraints!

In a few months, this will no longer be part of my responsibility. So I can say with some independence of mind that we have reached a point where the gap must be breached between expectations and appropriations, between money and mandate.

I've seen broadcasting and the CBC from many different angles in my time, from the perspective of the National Film Board, from that of the regulatory body, from the government perspective as Deputy Minister of Communications, and now as President and Chairman of the CBC and, as I have told many inquiry committees, the fundamental issue is not to find out what the 'CBC problem' is, and what we can do about it.

The fundamental question is whether we, as a country, through our Parliamentarians, through our governments, actually want to do the things that are required. There is no magic solution. No new inquiry will come up with a miracle answer to the so-called 'CBC problem.' Indeed, as I just said, all of the previous inquiries

came up with the same answers and conclusions as to what is required of and for the CBC. And a big part of the answer is money, just as it is for education, universities, public health. We are using what we get with great efficiency, but it will only go so far and we cannot do it for less. The question that remains and must now be faced, therefore, is - do we want to reduce services?

I can only conclude, as I prepare to leave the CBC, that it is a remarkable reservoir of talent, goodwill and dedication - dedication to this country and to its various parts. It is doing a remarkable job for this country at the moment, and it has the ability and the collective desire to do even better, if only it is given the means. To paraphrase that illustrious statesman: just give it the tools and then watch!



Canadian Broadcasting Corporation
Société Radio-Canada

Radio-Canada : donnez-nous les moyens...
voyez les résultats!

Notes pour une causerie de Pierre Juneau,
président de la SRC

Le 5 avril 1989

à la 143e assemblée annuelle de la
Chambre de Commerce de Hamilton et sa région
Hamilton (Ontario)

Un homme d'affaires qui a présidé deux commissions royales d'enquête sur la SRC -- Robert Fowler -- a dit un jour : "Si l'on se débarrassait de la SRC, quelqu'un devrait tout simplement la réinventer."

La SRC est le seul média canadien qui soit disponible dans tout le pays, des plus petites localités du Labrador aux postes lointains de l'Arctique, en passant par toutes les villes et les villages du reste du Canada, et cela dans les deux langues officielles. C'est notre presse électronique nationale, notre théâtre, notre pourvoyeur de sports et de divertissements.

Les sondages et les enquêtes révèlent que les Canadiens sont bien d'accord : la SRC est essentielle au pays. À titre d'exemple, on peut lire dans un rapport d'Angus Reid :

"Les Canadiens de toutes les couches sociales voient en général la SRC d'un bon oeil. En effet, la majorité des répondants appartenant à tous les grands sous-groupes de la population indiquent qu'ils croient que cette société d'État est bien gérée (62%) et... ils sont fortement d'avis que la SRC devrait rester une société publique."

Personne ne peut sérieusement prétendre que les services dispensés par la SRC pourraient l'être gratuitement par le secteur privé, pas plus que nos systèmes scolaires et universitaires, nos parcs nationaux, le Ballet national ou le Musée des beaux-arts du Canada pourraient être offerts par la seule entreprise privée.

Les gens se demandent parfois pourquoi la SRC ne peut pas gagner d'argent comme les diffuseurs privés. Les stations de télévision des grandes villes font beaucoup d'argent, disent-ils. Pour ma part, je suis persuadé que la SRC pourrait le faire, à condition de ne pas avoir à respecter toutes les obligations qui, c'est bien compréhensible, sont imposées à un service public de ce genre. Si tous nos permis d'exploitation de radio et de télévision étaient mis aux enchères, je suis sûr que bien des entreprises privées seraient intéressées, si toutefois le CRTC voulait bien réduire considérablement les obligations de service public qui s'y rattachent.

Mais, supposons que nous acceptions tous que la SRC est essentielle pour le pays, et les sondages démontrent que c'est ce que pensent les Canadiens. Il n'en reste pas moins quelques questions très importantes auxquelles il faut répondre : En obtenons-nous assez pour notre argent? La SRC est-elle efficace? Quelle est l'importance de tous ces services?

Avant d'aller plus loin, nous devons tout d'abord considérer le rôle extrêmement important que la télévision joue dans la vie des Canadiens, qui consacrent environ 24 heures par semaine au petit écran. Comme vous le savez, les enfants passent plus de temps à regarder la télévision que sur les bancs de l'école. La télévision peut, au meilleur des cas, éclairer et informer, en plus de simplement distraire. Elle peut être très neutre. Et, malheureusement, elle peut également déséduquer et désinformer. Elle n'est peut-être pas aussi importante que toutes nos universités et notre système scolaire, mais elle s'impose avec tout autant de force sur notre emploi du temps et nos intérêts, et sur ceux de nos enfants.

La SRC coûte près de 900 millions de dollars en deniers publics. Qu'obtenons-nous pour cet argent? -- Une multitude de services. En fait, il faut bien voir que Radio-Canada n'est pas seulement un réseau de télévision de langue anglaise comme PBS, auquel on le compare fréquemment, ou le réseau CTV. C'est toute une gamme de services, qui sont tous prescrits dans le mandat :

- deux réseaux de télévision, l'un en français l'autre en anglais;
- quatre réseaux de radio, deux en français et deux autres en anglais;

- un service du Nord en français, en anglais et en sept langues ou dialectes autochtones;
- tout cela est distribué par 13 stations de télévision françaises et 18 anglaises, 22 stations de radio françaises et 41 anglaises, d'un bout à l'autre du pays, à travers six fuseaux horaires, par un système complexe d'émetteurs, de satellites et de micro-ondes;
- Radio Canada International, qui diffuse en 12 langues dans le monde entier;
- le service de la Chambre des communes, en français et en anglais, qui, nous l'espérons, sera bientôt élargi en vertu d'un projet conjoint avec les câblodistributeurs;
- Les Entreprises Radio-Canada, notre division qui vend des émissions de Radio-Canada et les distribue aux écoles et universités du pays par l'entremise des ministères provinciaux de l'Éducation;
- sous peu, une chaîne d'information anglaise "Newsworld" et, nous l'espérons, son équivalent français;
- enfin, nous l'espérons aussi, le service "Northstar", qui fera rayonner les meilleures émissions canadiennes aux États-Unis, par l'intermédiaire des câblodistributeurs américains -- une tentative d'inverser le flot culturel.

Ces services ont de grandes répercussions non seulement sur le public, mais également sur le milieu culturel canadien, dont les acteurs, musiciens, chanteurs et écrivains touchent 130 millions de dollars en cachets alors qu'un autre 100 millions est versé en droits et redevances. De 1983 à 1988, la SRC a également injecté plus de 105 millions dans des projets de Téléfilm, déclenchant ainsi plus de 300 millions de dollars en productions et coproductions de télévision avec des producteurs privés.

Tous ces services coûtent environ 33 \$ par an à chaque Canadien, soit moins de 10 cents par jour, que l'on peut encore diviser en gros de la façon suivante : 2 cents par jour pour la télévision française, 3 cents par jour pour la télévision anglaise, un demi-cent pour la radio française et un cent pour la radio anglaise.

Je vous le demande : avez-vous récemment essayé d'acheter quelque chose, n'importe quoi, pour 10 cents par jour? Même un journal coûte cinq fois ce montant. Ou qu'obtenez-vous pour ce qu'il vous en coûte d'avoir Radio-Canada pendant un an - c'est-à-dire 33 \$? Vous ne pouvez même pas vous abonner pendant trois mois à un journal ni à un mensuel pour un an. Dans certaines villes, c'est à peu près le coût de l'abonnement mensuel au câble et à la télévision payante.

Ou bien encore -- vous pouvez dépenser 10 cents pour passer une soirée à la télévision de Radio-Canada, ou 5 \$ pour louer deux vidéocassettes ou 20 \$ pour une soirée pour deux au cinéma, avec pop-corn.

C'est à vous de choisir. Mais, songez un instant à tout ce que vous obtenez avec les 10 cents quotidiens que vous consacrez à la télévision et à la radio publiques canadiennes : plusieurs heures de programmation d'information et de divertissement canadiens de première classe, de la musique classique ou des conférences et discussions sérieuses, dans les deux langues -- disponibles n'importe où au Canada et correspondant à un vaste éventail de goûts et d'intérêts, pas seulement au plus petit dénominateur commun, et tout cela dans le confort de votre foyer, ou sur la route.

Posons-nous maintenant quelques questions au sujet de la SRC, le genre de questions dont des hommes d'affaires se serviraient pour évaluer une entreprise : notre produit est-il utile et la clientèle est-elle satisfaite? La SRC fonctionne-t-elle efficacement et livre-t-elle le produit selon ses promesses de rendement? La SRC atteint-elle ses objectifs? Bénéficie-t-elle à ses actionnaires?

Manifestement, des millions de Canadiens et de Canadiennes sont satisfaits du produit de la SRC. Ils l'attestent chaque soir

lorsqu'ils écoutent THE NATIONAL ou THE JOURNAL, lorsqu'ils sont plus de cinq millions à regarder ANNE OF GREEN GABLES, ou lorsque plus de la moitié des téléspectateurs du Canada français suivent une série dramatique : un succès qui ferait entrer des productions comme "Dallas" ou "Dynastie" dans le livre des records Guinness.

Tous ces gens ne restent manifestement pas à l'écoute de la SRC parce qu'ils font partie d'un auditoire captif ou qu'ils n'ont pas d'autres choix -- la plupart d'entre eux peuvent aujourd'hui choisir parmi au moins une douzaine de canaux, et plus de 30 dans votre centre urbain moyen.

Les sondages démontrent que les gens ont le plus grand respect pour les émissions d'information de la SRC. Les informations à la radio, dont les nouvelles, MORNINGSIDE, AS IT HAPPENS et SUNDAY MORNING ont de fidèles adeptes.

Voilà pour la satisfaction! Mais comment peut-on évaluer un organisme comme la SRC au niveau de l'efficacité et du rendement? La SRC veut être comptable et elle l'est. Mais elle mérite d'être jugée équitablement. C'est pourquoi nous avons mis au point des indicateurs de mesure et de rendement, pour évaluer notre efficacité avec précision. Il n'y a aucun doute que la SRC est de plus en plus efficace.

Ces dernières années, nous avons coupé dans le gras. Nous avons absorbé plusieurs réductions budgétaires et manques à gagner au cours des quatre dernières années. Il y a cinq ans, la "compression du personnel" était un terme assez mystérieux. Nous nous considérons maintenant comme des experts en "compression du personnel". Nous avons réduit de plus de 10% le nombre total de postes à la SRC. Ce faisant, nous avons licencié presque autant de gens que ne l'a fait tout le gouvernement du Canada. Cela a eu malheureusement des répercussions sur certains aspects de notre programmation, mais je pense que nous avons réussi à atténuer ces effets au minimum.

Ceux qui reprochent à la SRC sa trop grande lourdeur au sommet, son administration et sa bureaucratie sont tout simplement dans l'erreur. Plus de 85% de l'argent que dépense la SRC va directement à la fabrication ou à l'acquisition d'émissions, ou à leur distribution dans vos foyers. Moins de 5% est consacré à l'administration nationale.

La SRC est tout aussi efficace pour générer des recettes publicitaires. Depuis 1982, les recettes publicitaires et autres ont fait un bond de 18% à plus de 28% du budget total l'an dernier. La SRC occupe 25% du marché canadien de la publicité télévisée, avec des recettes publicitaires brutes de plus de 295 millions de dollars l'an dernier.

C'est à peu près autant de recettes publicitaires que n'en a réalisé la revue Time et c'est plus que ne fait Newsweek même si l'on tient compte du taux de change.

Certes, il y a une limite à la quantité de recettes publicitaires que nous pouvons envisager sans altérer notre mandat de service public national, mais la SRC n'aurait pu contenir la baisse du financement public des dernières années sans la forte augmentation de ses recettes publicitaires. D'autre part, le fait d'acheter du temps d'antenne à Radio-Canada constitue une autre marque de confiance envers la Société, cette fois de la part du monde des affaires -- confiance dans les émissions de la SRC et dans le fait que le public canadien les apprécie.

Il y a également une définition plus simple de l'efficacité, à savoir la capacité d'un organisme de livrer son produit à temps et dans les limites budgétaires. Eh bien! c'est ce que nous faisons, à chaque heure de chaque jour, 365 jours par an, par vents et marées, par l'intermédiaire d'un réseau complexe de liaisons terrestres et satellites.

Un autre bon indice de rendement, bien différent des cotes d'écoute ou des recettes publicitaires, est la façon dont la direction de la SRC atteint ses propres objectifs et priorités.

Permettez-moi de vous donner deux exemples. Lorsque je suis entré à la SRC en 1982, nous nous sommes engagés à augmenter la teneur canadienne à 80% à la télévision anglaise en cinq ans.

Nous estimions que le fait de copier le genre de programmation américaine disponible aux stations privées n'était pas une bonne façon de dépenser les deniers publics. Nous avons atteint notre objectif, tout en augmentant considérablement nos ventes de publicité, et ce malgré les compressions budgétaires, la fragmentation des auditoires et l'attrait continu des émissions américaines. Et nous promettons encore d'accroître la canadianisation du réseau anglais à 95% et de rehausser la qualité de la programmation française.

Nous avons promis une chaîne d'information continue. Malgré de sérieux obstacles, elle sera lancée en août. Par ces démarches, nous augmentons considérablement la disponibilité d'émissions canadiennes -- sans puiser davantage dans les poches des contribuables.

En fait, la chaîne d'information anglaise "Newsworld" sera entièrement financée par les abonnements au câble et par la publicité. À quelques mois d'entrer en ondes, nous avons déjà vendu les deux tiers de notre temps d'antenne, un autre exemple de l'efficacité avec laquelle nous travaillons.

Mais tous les avantages que la SRC apporte par sa présence sur les fronts culturel et économique sont très importants : que ce soit aider l'entreprise privée, injecter de l'argent dans l'économie canadienne sous la forme de contrats, créer des emplois ou fournir la meilleure couverture technique et les plus belles images. Mais, en fin de compte, l'essence même de notre travail, le vrai produit de nos efforts, c'est d'apporter des idées et des informations aux Canadiens et aux Canadiennes, et de stimuler leur imagination.

Autrement dit, notre véritable contribution auprès de nos "actionnaires", c'est de les aider à mieux se connaître et à mieux voir la réalité qui les entoure. C'est là une grande responsabilité, que nous prenons très à coeur. Un sondage Decima effectué pour le ministère des Communications rapporte que la plupart des Canadiens estiment que les nouvelles et les affaires publiques constituent la plus grande priorité de la SRC, et 90% des répondants ont exprimé une grande satisfaction à l'égard de la façon dont la SRC informe les Canadiens.

Dans le cas des francophones, la SRC joue un rôle central dans la survie même de la langue et de la culture françaises sur le continent. Si l'on considère que la moitié des téléspectateurs francophones restent fidèlement attachés à des dramatiques de

Radio-Canada et un tiers à une émission d'information, ou même à un match de hockey, la SRC aide les Canadiens francophones à vivre et à s'épanouir dans leur propre langue et leur propre style, quel que soit l'endroit où ils habitent au Canada.

La volonté de la SRC de rentabiliser l'investissement public s'illustre par deux exemples -- le Centre de radiotélévision à Toronto et la chaîne d'information anglaise "Newsworld".

À Toronto, la SRC fonctionne actuellement à partir de 26 bâtiments, dont la plupart sont loués et bon nombre sont désuets et en bien mauvais état. Pour regrouper ces installations, la SRC s'est tournée vers le secteur privé afin d'aménager un terrain du centre ville qu'elle avait acheté il y a quelques années et dont la valeur a pratiquement décuplé. Radio-Canada a fait un appel d'offres et c'est ainsi que plus de 500 millions de dollars de fonds privés seront investis dans ce projet polyvalent. En plus du centre de radiotélévision regroupé de la SRC, l'ensemble du projet, qui sera un des plus vastes d'Amérique du Nord, comprendra des bureaux, des appartements et des magasins, de même qu'un hôtel et un parc. Il engendrera plus de 15 000 années-personnes d'emploi, notamment 4 200 emplois dans la construction du complexe lui-même. Bien entendu, le gouvernement a approuvé le projet et a même aidé la SRC en lui accordant 65 millions de

dollars, étalés sur plusieurs années. Je dirais qu'il s'agit là d'une utilisation plutôt rentable des fonds publics.

De nombreuses villes surveillent de près ce modèle d'aménagement mixte, car elles y voient une solution possible au problème qui consiste à retirer le maximum de profits des fonds publics tout en créant un maximum de possibilités pour le secteur privé.

L'autre exemple de gestion efficace est la chaîne "Newsworld", le service continu de nouvelles et d'informations de langue anglaise de la SRC.

Comme je l'ai souligné, nous n'avons pas demandé au gouvernement de fonds supplémentaires pour ce service. Nous allons plutôt maximiser l'utilisation de nos capacités actuelles de collecte des nouvelles au Canada et à l'étranger. Par-dessus le marché, "Newsworld" créera plus d'une centaine de nouveaux emplois et suscitera des activités dans des centres régionaux comme Calgary, Halifax et Winnipeg, ce qui contribuera à décentraliser la fonction journalistique de Radio-Canada. En fait, plus de 70% des émissions de "Newsworld" viendront de l'extérieur de Toronto. Le seul service d'information que l'on peut voir au Canada en ce moment est le CNN d'Atlanta.

Le seul voeu que je puisse faire en quittant ce poste, c'est que Radio-Canada soit jugée non pas d'après les mythes du passé, l'idéologie ou les préjugés, mais tout simplement en fonction de son produit et de sa performance. De cette façon, je crois que nous serons alors en très bonne position.

Un de nos savants spécialistes de l'âme canadienne nous a déjà décrits comme le seul pays qui, de façon régulière, en se demandant si nous avons une culture canadienne ou s'il existe telle chose qu'un Canadien, déterre périodiquement ses racines pour voir s'il en a vraiment.

Il me semble que nous faisons également ce genre de choses avec nos institutions et je ne crois pas qu'il y ait un autre aspect du Canada qui ait été aussi profondément et constamment examiné que la radiodiffusion, et particulièrement Radio-Canada. Toutes les commissions d'enquête en sont d'ailleurs arrivées aux mêmes conclusions et aux mêmes recommandations en ce qui concerne la SRC. Elles ont toutes été d'accord pour dire qu'il s'agit du noyau de notre système de radiodiffusion et même notre clé de vôute culturelle, et que la radiotélévision publique doit être protégée comme il convient.

Nous essayons depuis tellement longtemps de résoudre la contradiction fondamentale entre notre rhétorique officielle et les compressions budgétaires!

Dans quelques mois, je ne serai plus responsable de tout cela. C'est pourquoi je peux, avec une certaine objectivité, dire que nous avons atteint un point où l'écart doit être comblé entre les attentes et les crédits, entre l'argent et le mandat.

J'ai pu observer la radiotélévision et Radio-Canada de bien des angles -- de celui de l'Office national du film, de celui de l'agence de réglementation, de celui du gouvernement en tant que sous-ministre des Communications et maintenant en tant que président de la SRC et de son Conseil d'administration. Comme je l'ai dit devant de nombreuses commissions d'enquête, la question fondamentale n'est pas de savoir ce qu'est le problème de Radio-Canada ni de trouver un moyen de le régler.

La question fondamentale est de savoir si, en tant que pays, par l'entremise de nos parlementaires et de nos gouvernements, nous voulons vraiment faire ce qu'il y a à faire. Il n'y a pas de solution magique. Aucune nouvelle commission d'enquête ne donnera de solution miracle au soi-disant "problème de Radio-Canada". En fait, comme je l'ai déjà dit, toutes les commissions antérieures en sont arrivées aux mêmes réponses et aux mêmes conclusions sur ce que Radio-Canada doit faire et ce qu'il faut faire pour elle.

Une grande partie de la réponse, naturellement, est d'ordre financier, tout comme pour l'éducation, les universités ou la santé. Nous utilisons avec une grande efficacité ce que l'on nous donne, mais il y a des limites, et nous ne pouvons pas fonctionner à moins. La question est donc actuellement la suivante : voulons-nous réduire nos services?

En me préparant à quitter la Société, je ne peux que conclure que la SRC est un réservoir remarquable de talents, de bonne volonté et de dévouement, dévouement à l'égard du pays et de ses nombreuses régions. La Société fait un travail remarquable pour le pays en ce moment et elle a l'aptitude et la volonté collective de faire encore mieux, si on lui en donne les moyens. Pour paraphraser cet homme d'état illustre : Donnez-nous les moyens, et voyez les résultats!

CA 1
BC
- 577



Introductory Remarks by Pierre Juneau President of the CBC

House of Commons Standing Committee on
Communications, Culture, Citizenship and Multiculturalism

May 24, 1989

With your permission, I would like briefly to review what the CBC has done over the past year toward meeting its public service objectives -- and to examine with you the challenges the Corporation faces now and in the next few years.

As you know, this will be my last appearance before you as President of the CBC and, in preparing for today, I looked back over the statements I've made to this committee since I joined the Corporation in 1982. Let me first say that, although these have not been easy times for the CBC, I'm proud of the Corporation's record of achievement.

I'll begin with our primary objectives in television -- the twin tasks of strengthening our French television service and meeting fresh competition -- and pursuing our efforts to turn English television into a truly distinctive, truly Canadian service.

I'm pleased with our performance but, as you might expect, our progress in these critical areas over the past twelve months has not been as great as it needs to be if we are to meet the goals everyone agrees are the right ones. And, of course, I am all too conscious of everything that remains to be done. But, with the help of everyone at the CBC, we have at least managed to hold our own in the face of greater, industry-wide audience fragmentation -- and, in some measure, we've improved our performance.

By the end of March, the CBC English television network's overall share of viewing declined very slightly -- about 0.3 share points -- against a year ago. By comparison, the CTV network lost 2.8 share points in the same period. But our service still attracts about 20 per cent of all viewing to English-language television -- and the contribution our Canadian programs make to that viewing share is critical.

In French Canada, even though the arrival of Quatre Saisons has meant that our French network's audience share has declined somewhat, Radio-Canada still attracted almost a third of all viewing of French-language television this season. In prime time, we still capture a larger share of the audience to French TV than any other network.

But what about the programs? Well, I'm pleased to note that Canadians continue to look to the CBC as their prime choice for news about Canada and the world. The National and Le Téléjournal, each evening, attract close to three million viewers. In fact, every day, CBC's English and French television services reach over 10 million Canadians with programs that give us fresh insights into the day's events -- like The Journal and Le Point; others that talk to us about our heritage -- like The Killing Ground, the McKenna brothers' multiple award winning dramatic documentary on Canada's bloody coming of age in the First World War.

During the past season, nearly a third of those 10 million daily viewers might have been glued to their sets for *Lance et Compte*, the wildly successful, prime time drama series that broke all the audience records in French Canada.

Or, perhaps they were delighting in *l'Homme qui plantait des arbres*, the marvellous film by Frederic Back, the Oscar-winning animator whose work is inspiring Quebecers -- and anyone else privileged to see it.

Or they might have been among the million and a half viewers who regularly tuned in to *Degrassi Junior High*, another award winner that serves to prove we can reach the youth of Canada with programs produced specifically for them -- about their lives.

Turning to radio, we have continued our efforts to protect the services from further, serious erosion -- but I must say that the radio services have, of course, had to bear some of the overall burden of tighter budgets -- and our listeners have noted this in the increased number of repeat programs we've had to air, in the reduction of feature pieces and so on. However, the combined mono and stereo listening share of the CBC's English and French radio services still represents almost ten per cent of all radio listening in Canada -- reaching over 2.5 million listeners each day -- more than any other grouping of stations.

The past year has been a busy one on a number of other fronts -- and I'll just touch on those now.

Over the period, we have appeared before the CRTC at public hearings across the country, seeking the renewal of all of our radio and television station licences. The radio hearings will be completed shortly, but the television sessions are over and we have received unqualified, full term renewals for all of our stations. And, in renewing our licences, the Commission particularly noted its support of our efforts to increase Canadian content and enhance the distinctiveness of our services. But I should add that, throughout our dealings with the Commission, questions of service extension are a recurring theme -- and, in fact, the Chairman of the Commission has noted the CBC's growing inability to meet the demands of the public.

On another front, the Toronto Broadcast Centre is growing apace. While there can be no doubt that this development is very important for the CBC, I think it's worth noting that it also represents a total private sector investment of some \$500 million and the creation of 15 thousand person years of employment -- in return for a total initial government investment of \$65 million over six years.

And, of course, the CBC's English news and information channel, Newsworld, will be launched just over two months from now. Two months ago, we had sold two thirds of our total advertising space -- clearly a sign of confidence from the business sector. We're equally confident that the new service will be a welcome addition to Canadians' viewing menu.

We have also, as you know, filed an application with the CRTC to provide a French-language companion to the English news channel. If the CRTC grants us a licence, we would expect to be on the air by the fall of 1990.

Also in the area of French television services, you are probably aware that TV-5 is now available to cable companies across Canada. After so many years of penetration by the US commercial networks, we have succeeded in adding a measure of balance through this rather amazing co-operative effort between governments and private sector broadcasters and producers in Canada and Europe. However, I share with the Minister of Communications a desire to see many more cable companies outside the province of Quebec adding TV-5 to their channel lineup.

In a similar vein, the CBC's proposal to establish a Canadian cable service in the United States is also progressing. NORTHSTAR, as we've called it, is now negotiating with potential private sector Canadian partners to provide the financing needed to start the service. I am personally very excited by the promise NORTHSTAR holds for Canada's visibility in the United States -- and, not incidentally, by the prospect of the significant and much-needed new revenues a successful venture could provide for the production of Canadian programming. And, if all goes well, my successor will be able to sit here a year from now and tell you that NORTHSTAR is on the air -- and thriving -- across America.

These things -- and a host of other, less obvious accomplishments -- are a source of some pride for all of us at the CBC. And that pride will, I assure you, find its reflection in the audiences we serve.

But I cannot, regrettably, extend that same confidence to the CBC's overall prospects in the next few years. As you are all well aware, the recent federal budget has imposed further -- and, I would submit -- very damaging cuts to the CBC's parliamentary appropriation. Not surprisingly, this is a matter of great concern to the Corporation -- as, indeed, it should be for all Canadians.

For there is no doubt that the people of this country take their CBC services very seriously. Indeed, hardly a day goes by when we don't receive requests for even more service, either in terms of the programs we offer or the distribution of those programs to the farthest outposts of our population.

Those very reasonable requests come from communities and individuals who want to see new programs added to the schedules of our radio or television networks, or who want their services extended or improved. The requests also come, on an official basis, from the CRTC for the extension of services, from organized francophones outside Quebec who demand more relevant programming, from people in Victoria, B.C., who want the CBC to establish radio and television production centres there, and from the Government of New Brunswick, seeking the creation of a full CBC production and programming presence in that province.

And these demands have not at all diminished in the face of the CBC's budget reductions. As a result, over the past few years, the gap between the expectations of Canadians and the money that Parliament votes to meet those expectations has continued to grow -- and to grow alarmingly! In fact, even if the cuts had never happened, we would still be far from meeting all of those reasonable demands.

And we now know, of course, that the situation will get worse.

I'm not the chairman of the Economic Council and, therefore, my opinions on the deficit are irrelevant. I only know that the policy of the Government is now the official policy of the country. I acknowledge that -- and I acknowledge that this is a very difficult problem for those who have to deal with it. However, I am the President of the CBC and, as a public trustee, it is my duty to report on the effects of these reductions.

It is, for example, a matter of fact that, in 1984-85 -- the year before the first major budget cuts -- the financial resources available to the CBC totalled \$1,133.5 million. That includes all of the parliamentary appropriations -- operating, capital and working capital -- as well as the revenues earned by the Corporation itself.

By 1988-89, that total resource was \$ 1,277.3 million -- a growth of some 12.7 per cent. Over the same period, however, the Consumer Price Index rose by 17.8 per cent.

And I would ask you to remember that when you look at comparisons of this kind you have to consider a couple of accounting details. For instance, the CBC cannot spend capital monies on its day-to-day operations -- and, when considering commercial revenues, it must be remembered that these must be netted out by subtracting agency commissions. These things must be done before arriving at the amount we actually have to spend.

So, over those years, the money actually available to the CBC for its operations -- that is, the parliamentary operating vote, plus gross commercial revenues, less the agency commissions on advertising sales -- rose by 12 per cent, or 5.8 per cent less than the Consumer Price Index.

By 1988, this was the equivalent of a reduction of between \$50 and \$55 million per year in the money that the CBC had to spend on its programming operations.

It is also a matter of fact that the recent budget was not kind to the CBC.

For this year, it seems at first glance that the CBC has done well -- the government has given us an increase of \$57.2 million dollars, in total, made up of \$40.4 million dollars in operating funds, \$12.8 million in capital funds and \$4.0 million in working capital.

But let's look at the reality of how these funds must be used.

First, the increase in capital funding is destined to cover part of the fit-up costs of the Toronto Broadcast Centre. Thus, it has no impact on present operations.

Second, \$25.1 million of the operating increase will be used to cover increased salary costs -- the money will flow directly to our employees as a result of collective agreements and will not augment the CBC's purchasing power. This is a policy applied to all government departments and most agencies.

Another \$3.6 million will go to such unavoidable costs as the increased northern living allowance, established by the Treasury Board.

The remaining \$17.5 million is, of course, earmarked for the Canadianization process and program budget improvements in French television.

Offsetting these increases, the CBC must absorb inflation, the ongoing effect of a one per cent a year staff reduction, new taxes on telecommunications, a number of provisions in the recent budget and a variety of exceptional cost increases.

Taken together, these factors could result in an overall shortfall of some \$25 million for this fiscal year. The final figure will depend on matters still under discussion with the government.

And what of the future?

As you know, the base reductions announced in the federal budget will begin to take effect next year -- 1990-91. When the progressive reduction of \$50 million is added to the existing restraint programs, higher taxes and other unavoidable cost increases, it means the CBC will face a shortfall in the range of \$40 million for next year and \$80 to \$100 million in its yearly purchasing power by 1993-94. And that's after considering predicted increases in commercial revenues and some hoped-for measure of additional funding to cover the difference between the Corporation's salary settlements and the amounts the government granted in the Main Estimates.

Obviously, solving resource problems of this magnitude will require some very serious thinking about what the CBC of the future can and cannot do.

The Board of Directors of the CBC will, therefore, be faced with the need to make some very difficult decisions. Some of those decisions will probably affect services that are considered a basic part of the CBC mandate. Others may relate to CRTC licencing decisions and conditions of licence. And others may affect services that have been in place for a long time and are considered as essential by the people they serve.

I have no doubt the Board will be able to make its own decisions -- but, of course, subject to the Broadcasting Act and the power of the CRTC.

The Board has asked that the Minister meet with its executive committee to discuss this whole situation and, among other things, to inform the Minister of the type of service reductions that will have to be made as a result of these reductions. The Board and I, of course, are aware of the view of the Minister that the decisions are to be made by the Board.

Immediately after the announcement of the budget, the management of the CBC started analyzing its financial and operational implications for the Corporation. As I mentioned before, the actual reductions greatly exceed the 20, 30, 40 and 50 million dollars mentioned in the budget itself -- because of additional taxes, the cost of inflation on goods and services, and so on.

Our staff are now looking at every activity of the Corporation and calculating the savings that could result from a cancellation or a reduction of each service. They are also calculating the possible revenue losses, where that would apply. And they are calculating the cost of lay offs and early retirements in the first or second year -- costs that would offset the savings. And, finally, they are looking at additional sources of revenue through advertising.

This work will provide the Board with a complete list of all possible sources of savings and revenue, together with the pros and cons in each case.

As you can see, it's a complex enterprise -- and it will take some time to complete it. It will be a thorough exercise involving a great deal of consultation throughout the Corporation.

Through that consultation we will, of course, look again at every possible way of reducing expenditures that would not affect services. This process has been going on for four years now, so our managers have some experience at it. No doubt, this will produce some savings. However, it will not, by far, produce enough savings to reach \$40 million in 1990-91 or \$100 million in 1993-94.

Mr. Chairman, as I said earlier, this will likely be my last appearance before your committee. Therefore, it seems appropriate for me to take this opportunity to say that, despite the problems the CBC has had in the last few years, I can say that I feel very fortunate to have been given the opportunity to head such a dynamic and vital public institution -- an institution whose importance to Canada is, I believe, more critical now -- in this time of concerns over cultural sovereignty and the globalization of communications -- than it was even seven years ago.

It is clear, as well, from a review of the record, that the CBC is not the same organization it was then. If I may be forgiven a small measure of boastfulness, I would submit it's a leaner, more efficient, more focused instrument of our national will -- an organization better attuned to the social and fiscal realities of the '80s and '90s.

If there ever was reason to doubt that the Canadian creative community had the talent resources to meet our expectations, that is certainly not the case now. In my personal opinion, there has been in this country -- for some years now -- more talent than we have been able to use. Yes, talent has to be encouraged. But, most of all, Canada needs the stimulation and excitement that creativity and talent releases. Canada needs it to reconcile its diverse social components -- to create self-confidence and a sense of identity -- and to take its rightful place in the world.

The CBC can help to make that happen -- but, to live up to that great promise, it needs to be given the resources to match the demands that continue to be made of it.

Il est clair, également, en examinant toutes ces années, que la SRC n'est pas la même organisation qu'elle était alors. Si l'on peut me pardonner un minimum de forfanterie, je dirais que c'est un instrument de notre volonté nationale qui est moins lourd, plus efficace et plus centré -- un organisme plus sensible aux réalités sociales et fiscales des années 80 et 90.

S'il y a déjà eu des raisons de douter que le milieu créateur canadien avait les talents voulus pour répondre à nos attentes ce n'est certainement plus le cas. À mon avis, notre pays connaît -- depuis maintenant plusieurs années -- une pléthore de talents, beaucoup plus que nous ne pouvons utiliser. Le talent doit effectivement être encouragé. Mais, surtout, le Canada a besoin de la stimulation et du dynamisme que suscitent la créativité et le talent. Le Canada en a besoin pour concilier ses diverses composantes sociales -- pour créer la confiance en soi et un sentiment d'identité -- et pour occuper la place qui lui revient dans le monde. La SRC peut y contribuer.

La SRC peut y contribuer -- mais, pour tenir cette grande promesse, la Société doit recevoir les ressources correspondant aux exigences que l'on continue de lui imposer.



Remarques liminaires de Pierre Juneau, président de la Société Radio-Canada

Comité permanent de la Chambre des communes
sur les Communications, Culture, Citoyenneté et Multiculturalisme

Le 24 mai 1989

Avec votre permission, j'aimerais passer brièvement en revue ce que la SRC a accompli l'an dernier pour réaliser ses objectifs de service public -- et examiner avec vous les défis auxquels elle fait face actuellement et qu'elle devra affronter au cours des prochaines années.

Comme vous le savez, c'est la dernière fois que je comparais devant vous à titre de président de la SRC et, en me préparant pour aujourd'hui, j'ai relu les déclarations que j'ai faites devant votre Comité depuis que je suis entré à la SRC en 1982. J'aimerais dire, tout d'abord, que même si cette période n'a pas été facile pour la SRC, je suis fier des réalisations de la Société.

Je commencerai par nos principaux objectifs à la télévision -- la double tâche de renforcer notre service et de faire face à une nouvelle concurrence à la télévision française -- et de poursuivre nos efforts pour faire de la télévision anglaise un service vraiment distinctif, vraiment canadien.

Je suis satisfait de notre performance mais, comme vous devez vous en douter, nos progrès dans ces secteurs critiques au cours des douze derniers mois n'ont pas été aussi importants qu'ils auraient dû l'être pour atteindre les buts sur lesquels tout le monde s'entend. Et, bien entendu, je suis très conscient de tout ce qu'il reste à faire. Mais,

grâce à l'aide de chacun et chacune à la SRC, nous avons au moins réussi à nous maintenir malgré une plus grande fragmentation des auditoires dans toute l'industrie -- et, dans une certaine mesure, nous avons même amélioré notre rendement.

À la fin mars, la part d'écoute globale du réseau anglais de télévision de la SRC a connu une très légère baisse -- d'environ seulement 0,3 point -- par rapport à l'an dernier. Par comparaison, le réseau CTV a perdu 2,8 points pendant la même période. Mais notre service attire encore environ 20 pour cent de toute l'écoute de la télévision de langue anglaise -- et la contribution de nos émissions canadiennes à cette part d'écoute est critique.

Au Canada français, même si l'arrivée de Quatre Saisons a entraîné une légère diminution de la part d'auditoire de notre réseau français, Radio-Canada a attiré encore près du tiers de toute l'écoute de télévision de langue française cette saison. Aux heures de grande écoute, nous obtenons encore une part plus importante de l'écoute de la télévision française que tout autre réseau.

Mais qu'en est-il des émissions? Et bien, je suis heureux de constater que les Canadiens continuent à considérer la SRC comme leur premier choix pour les nouvelles sur le Canada et le monde. Chaque soir, LE TÉLÉJOURNAL et THE NATIONAL attirent près de trois millions de télé-

spectateurs. En fait, chaque jour, les services de la télévision française et anglaise de la SRC atteignent plus de 10 millions de Canadiens avec des émissions qui nous donnent une fraîche perspective des événements de la journée -- comme LE POINT et THE JOURNAL; d'autres qui nous parlent de notre patrimoine -- comme THE KILLING GROUND, des frères McKenna, le documentaire dramatique qui a gagné de nombreux prix et qui raconte l'émergence du Canada lors de la Première guerre mondiale.

Au cours de la saison qui vient de s'écouler, près du tiers de ces 10 millions de téléspectateurs canadiens sont restés collés à leur appareil de télévision pour regarder LANCE ET COMPTE, la série dramatique à grand succès, diffusée aux heures de grande écoute, qui a brisé tous les records d'auditoire au Canada français.

Ou, peut-être, admiraient-ils L'HOMME QUI PLANTAIT DES ARBRES, ce chef-d'oeuvre de Frédéric Back, récipiendaire des plus prestigieux prix internationaux, dont les Québécois sont si fiers, et dont l'oeuvre constitue une source d'inspiration pour tous ceux et celles qui ont le privilège de la voir.

Ou faisaient-ils peut-être partie du million et demi de téléspectateurs qui ont regardé régulièrement DEGRASSI JUNIOR HIGH, une autre émission lauréate qui prouve que nous pouvons atteindre la jeunesse canadienne avec un produit qui lui est destiné -- qui parle de son vécu.

À la radio, nous avons continué de protéger les services contre toute érosion grave. Bien entendu, les services de la radio ont dû subir une partie du fardeau général des compressions budgétaires -- et nos auditeurs l'ont remarqué dans l'accroissement du nombre de reprises, dans la réduction des émissions-vedettes, et autres. Cependant, les parts d'écoute combinées du mono et du stéréo des services français et anglais représentent presque 10 pour cent de toute l'écoute radiophonique au Canada -- atteignant plus de 2,5 millions d'auditeurs chaque jour -- plus que tout autre groupe de stations.

L'année qui vient de s'écouler a été chargée, ce dont j'aimerais maintenant vous entretenir brièvement.

Au cours de la période, nous avons comparu devant le CRTC lors d'audiences publiques dans tout le pays, pour obtenir le renouvellement des licences de toutes nos stations de radio et de télévision. Les audiences de la radio prendront bientôt fin, mais celles de la télévision sont terminées et les licences de toutes nos stations ont été renouvelées sans réserve. En renouvelant nos licences, le CRTC a donné son appui aux efforts que nous accomplissons pour accroître le contenu canadien et améliorer l'aspect distinctif de nos services. Mais je dois ajouter que les questions d'extension du service reviennent

toujours sur le tapis. En fait, le président du CRTC a souligné l'incapacité croissante de la SRC à satisfaire les demandes du public.

Sur un autre sujet, le Centre de radiotélévision à Toronto avance à grand pas. Ce projet est sans aucun doute très important pour la SRC, mais je pense qu'il est également bon de faire remarquer qu'il représente un investissement total d'environ 500 millions de dollars de la part du secteur privé et la création de 15 000 années-personnes d'emploi -- en retour d'un investissement initial de 65 millions, étalé sur six ans, de la part du gouvernement.

Et, bien entendu, la chaîne anglaise d'information Newsworld sera officiellement inaugurée dans un peu plus de deux mois. Il y a deux mois, nous avons vendu les deux tiers de tous nos créneaux publicitaires -- ce qui est manifestement un signe de confiance de la part du monde des affaires. Et nous sommes tout aussi confiants que les Canadiens réserveront un accueil favorable à cette nouvelle addition à leur menu télévisuel.

Comme vous le savez, nous avons également déposé auprès du CRTC une demande pour une chaîne d'information de langue française comparable à la chaîne anglaise. Si le CRTC nous accorde une licence, nous devrions être en ondes d'ici l'automne 1990.

Également dans le domaine des services de la télévision française, vous savez probablement que les câblodistributeurs de tout le pays peuvent maintenant avoir accès à TV5. Après tant d'années de pénétration par les réseaux commerciaux américains, nous avons réussi à ajouter une mesure d'équilibre par cet effort plutôt surprenant de collaboration entre les gouvernements ainsi que les producteurs et les diffuseurs du secteur privé au Canada et en Europe. Cependant, je partage avec le ministre des Communications le désir de voir bien plus de câblodistributeurs ajouter TV5 à leur programme en dehors de la province de Québec.

Dans la même veine, la proposition de la SRC en vue d'établir un service de câble canadien aux États-Unis progresse. NORTHSTAR, comme nous l'avons appelé, négocie en ce moment avec des partenaires canadiens possibles du secteur privé, qui fourniront le financement nécessaire pour lancer le service. Je suis personnellement très enthousiasmé par le potentiel que NORTHSTAR offre au point de vue de la visibilité du Canada aux États-Unis -- et, il n'y a à cela rien d'étonnant -- par la perspective des nouvelles recettes considérables et si nécessaires qu'une entreprise de ce genre pourrait susciter, afin de produire de nouvelles émissions canadiennes. Et, si tout va bien, mon successeur sera en mesure de venir ici l'an prochain vous dire que NORTHSTAR est entré en service et diffuse -- avec succès -- aux États-Unis.

Toutes ces entreprises -- et bien d'autres réalisations moins éclatantes -- sont une grande source de fierté pour nous tous à la SRC. Et cette fierté, je peux vous l'assurer, se retrouve chez les auditoires que nous desservons.

Malheureusement, je ne peux pas accorder cette même confiance aux perspectives d'ensemble de la SRC au cours des prochaines années. Comme vous le savez tous très bien, le récent budget fédéral a imposé à la SRC de nouvelles -- et, j'ose dire -- de très graves réductions des crédits parlementaires. Il n'est donc pas surprenant que cette situation inquiète beaucoup la SRC -- comme elle devrait, d'ailleurs, préoccuper tous les Canadiens.

Car il n'y a aucun doute que la population prenne les services de la SRC très au sérieux. En réalité, il ne se passe guère de jour sans que nous recevions des demandes pour obtenir encore davantage de services, qu'il s'agisse d'émissions que nous offrons ou de leur distribution dans les régions les plus éloignées.

Ce sont là des demandes très raisonnables qui nous parviennent de communautés et de particuliers qui veulent que l'on ajoute de nouvelles émissions à l'horaire de nos réseaux de radio et de télévision, ou qui désirent une extension ou une amélioration de leur service. Les demandes proviennent également, de façon officielle, du CRTC pour l'extension des services, de groupements de francophones hors Québec qui souhaitent une programmation plus pertinente, de gens de

Victoria (C.-B) qui veulent que la SRC établisse des centres de production de radio et de télévision dans leur ville, et du gouvernement du Nouveau-Brunswick, qui cherche à créer une présence intégrale de production et de programmation de la SRC dans cette province.

Et ces exigences n'ont pas du tout diminué malgré les réductions budgétaires de la SRC. Par conséquent, l'écart entre les attentes des Canadiens et les fonds que le Parlement a consacré à leur réalisation a continué de s'agrandir -- et ce, de façon alarmante! En fait, même s'il n'y avait jamais eu de coupures, nous serions encore loin d'avoir satisfait toutes ces demandes raisonnables.

Et, bien entendu, nous savons maintenant que la situation s'aggravera.

Je ne suis pas le président du Conseil économique et mes opinions sur le déficit ne sont donc guère pertinentes. Je sais seulement que la politique du gouvernement est maintenant la politique officielle du pays. Je reconnais cela -- tout en sachant que c'est un problème très difficile pour ceux qui doivent le résoudre. Cependant, je suis le président de la SRC et, chargé d'un mandat public, il est de mon devoir de rendre compte des effets de ces réductions.

Il est un fait, par exemple, qu'en 1984-1985 -- l'année qui précédait les premières grandes compressions budgétaires, les ressources financières dont la SRC disposait atteignaient au total

1 133,5 millions de dollars. Ce chiffre comprend tous les crédits parlementaires -- exploitation, immobilisations et fonds de roulement -- ainsi que les recettes que la Société a elle-même gagnées.

En 1988-1989, cette ressource totale était de 1 277,3 millions -- une croissance de quelque 12,7 pour cent. Cependant, au cours de la même période, l'indice des prix à la consommation s'est élevé de 17,8 pour cent.

Et je vous demanderai de vous rappeler que lorsqu'on fait des comparaisons de ce genre, il faut prendre en compte quelques détails comptables. Par exemple, la SRC ne peut pas dépenser ses fonds d'immobilisations dans ses activités quotidiennes -- et, quant aux recettes publicitaires, il faut se souvenir de penser en chiffres nets, en soustrayant les commissions versées aux agences. Il faut faire cela avant d'arriver au montant d'argent dont nous disposons réellement pour nos dépenses.

Donc, au cours de ces années, les fonds dont la SRC a disposé pour son exploitation -- c'est-à-dire les crédits parlementaires plus les recettes publicitaires brutes, moins les commissions versées aux agences -- ont augmenté de 12 pour cent, soit 5,8 pour cent de moins que l'indice des prix à la consommation.

En 1988, cela équivalait à une réduction de 50 à 55 millions de dollars par an, en argent que la SRC peut dépenser pour ses activités de programmation.

C'est également un fait que le budget récent n'a pas été tendre pour la SRC.

Pour cette année, il semble à première vue que la SRC s'en soit bien tirée -- le gouvernement nous a accordé, en tout, une augmentation de 57,2 millions de dollars. Cette somme est constituée de 40,4 millions en crédits d'exploitation, 12,8 millions en crédits d'immobilisations et 4 millions de fonds de roulement.

Mais, voyons la réalité, voyons ce à quoi ces fonds sont destinés.

Premièrement, l'augmentation du financement des immobilisations est destinée à couvrir une partie des coûts d'équipement du Centre de radiotélévision à Toronto. Cette somme n'a donc aucun impact sur les activités présentes.

Deuxièmement, une tranche de 25,1 millions de l'augmentation des crédits d'exploitation sera utilisée pour couvrir les augmentations salariales -- l'argent ira directement à nos employés en vertu des conventions collectives et n'augmentera pas le pouvoir d'achat de la SRC. C'est une politique qui s'applique à tous les ministères et à la plupart des agences gouvernementales.

Une autre tranche de 3,6 millions de dollars ira aux coûts inévitables comme l'augmentation des indemnités de séjour dans le Nord, imposées par le Conseil du Trésor.

Les 17,5 millions qui restent sont, bien entendu, destinés à la canadienisation et à l'amélioration du budget des émissions de la télévision française.

À l'encontre de ces augmentations, la SRC doit absorber l'inflation, l'effet persistant d'une réduction de 1 pour cent de la masse salariale, une nouvelle taxe sur les télécommunications, plusieurs dispositions du dernier budget fédéral et diverses augmentations de coûts exceptionnelles.

Pris ensemble, ces facteurs pourraient créer un manque à gagner de quelque 25 millions pour le présent exercice financier. Les chiffres définitifs dépendront des affaires qui sont encore en train d'être discutées avec le gouvernement.

Et qu'en est-il de l'avenir?

Comme vous le savez, les réductions de base annoncées dans le budget fédéral entreront en vigueur l'année prochaine -- en 1990-1991.

Lorsqu'on ajoute la réduction progressive de 50 millions de dollars aux programmes actuels de compression, ainsi qu'à l'augmentation des taxes et d'autres coûts inévitables, cela signifie que la SRC devra faire

face à un manque à gagner de l'ordre de 40 millions de dollars pour le prochain exercice et de 80 à 100 millions dans son pouvoir d'achat annuel d'ici 1993-1994. Et cela, après avoir tenu compte des augmentations prévisibles des recettes publicitaires et de quelques mesures attendues de financement supplémentaire destinées à combler la différence entre les règlements salariaux de la Société et les sommes que le gouvernement a accordées à cette fin dans le budget principal.

De toute évidence, pour résoudre des problèmes de ressources de cette envergure, il faudra réfléchir très sérieusement à ce que peut être l'avenir de Radio-Canada et à ce qu'il ne peut pas être.

Le Conseil d'administration aura donc à prendre des décisions très difficiles. Certaines d'entre elles toucheront probablement les services qui sont considérés comme faisant partie intégrante du mandat de la SRC. D'autres pourraient être associés à l'octroi des licences par le CRTC ainsi qu'aux conditions de licences. D'autres encore pourraient toucher les services qui ont été mis en place depuis déjà longtemps et qui sont jugés essentiels par ceux qu'ils desservent.

Je suis persuadé que le Conseil sera en mesure de prendre ses propres décisions -- sous réserve, naturellement, de la Loi sur la radiodiffusion et des pouvoirs du CRTC.

Le Conseil a demandé que le ministre rencontre son Comité exécutif pour parler de toute cette situation et, plus particulièrement, pour

l'informer du genre de réductions de services qu'il faudra effectuer à la suite de ces coupures. Bien entendu, le Conseil et moi-même connaissons l'opinion du ministre qui veut que ce soit le Conseil d'administration qui prenne ces décisions.

Immédiatement après l'annonce du budget, la direction a commencé à analyser ses implications sur les finances et l'exploitation de la Société. Comme je l'ai déjà dit, les réductions réelles dépassent nettement les 20, 30, 40 et 50 millions de dollars mentionnés dans le budget lui-même --en raison des taxes supplémentaires, du coût de l'inflation sur les biens et services, et ainsi de suite.

Notre personnel examine actuellement toutes les activités de la Société et calcule les économies que l'on pourrait réaliser en annulant ou en réduisant chacun de ses services de même que les pertes de revenus possibles, le cas échéant. Il calcule également le coût des licenciements et des retraites anticipées pendant la première ou la deuxième année, coûts qui compenseraient les économies. Et finalement, il examine les sources supplémentaires de revenus que l'on peut tirer de la publicité.

Ce travail permettra au Conseil d'administration de dresser la liste de toutes les sources possibles d'économies et de revenus ainsi que les avantages et les inconvénients dans chaque cas.

Comme vous le voyez, il s'agit d'une entreprise complexe -- et qui prendra du temps à réaliser. Ce sera un exercice exhaustif, qui exigera un grand nombre de consultations dans toute la Société.

Ces consultations nous aideront à examiner de nouveau toutes les possibilités de réductions des dépenses qui ne compromettraient pas le service. C'est un travail qui se poursuit déjà depuis quatre ans et nos gestionnaires ont donc une certaine expérience. Il ne fait aucun doute que nous réaliserons ainsi certaines économies, mais certainement pas -- et de loin -- des économies suffisantes pour atteindre les 40 millions en 1990-1991 ni les 100 millions en 1993-1994.

Monsieur le président, comme je le disais plus tôt, c'est probablement la dernière fois que je comparais devant votre comité. Il me semble donc approprié de profiter de cette occasion pour dire que, malgré les problèmes que la SRC a connu au cours des dernières années, je m'estime très chanceux d'avoir eu l'occasion de diriger une institution publique aussi dynamique et vitale -- une institution dont l'importance pour le Canada est, je crois, plus critique maintenant -- en cette époque où l'on se préoccupe de souveraineté culturelle et de globalisation des communications -- qu'elle ne l'était il y a même sept ans.

U1
712
- 577



The CBC Today —
The Growing Distance
Between Resources and Public Expectations



Notes for an address
by Pierre Juneau,
President of the CBC

June 7, 1989

Chamber of Commerce
Calgary

Only two weeks after that triumphant final game at the Montreal Forum where the Flames magnificently carried off the Stanley Cup, it's a humbled and admirative Montrealer who's appearing before you today.

I am very grateful to the Calgary Chamber of Commerce for their invitation. All of us in the CBC feel we are even more part of Calgary than we have ever been because for six hours every day Calgary will soon be the national centre of "Newsworld", the CBC 24-hour television news and information network. "Newsworld", as you know, will be on the air in less than two months.

Those of us who worked hard to establish this service are very grateful to Calgarians for the support they have given this project during the debate about it. I would like to mention, among others, the Calgary City Council, the new Mayor of Calgary, Don Hartman, Calgary Chamber members and the Calgary Herald. We are also very grateful to a newspaper from that other place in Alberta, the Edmonton Journal, for their support.

We promised the news channel and, despite serious obstacles placed in our path, it will be up and running shortly. With this venture, we will dramatically increase the amount of Canadian programming available, tell the daily life of Canada even better and without any additional federal funding. Indeed, as you know, "Newsworld" will be financed entirely by advertising and cable subscriptions. We'll be maximizing the use of our existing news services in Canada and abroad and also improving them.

Here and in other key centers, Newsworld will provide jobs and generate advertising revenues. It will reflect regional concerns and regional business news in a way never possible before, both to Calgary and the West and to the whole country. "Newsworld" will provide the CBC with the flexibility to do a solid, in-depth job on news that cannot be done on a regular network schedule, especially during the playoffs! Next year we'll be able to cover the end of the world, even while the Flames are battling to retain the Stanley Cup.

But, seriously, it's very important that Canadian eyes focus not simply on Toronto or Montreal, and that those cities not always "filter" our viewpoints. Canadians need to receive a regional perspective from across this country and a strong voice from the West. Calgarians

and Western Canadians must be able to recognize themselves and their reality in CBC programming and Canada as a whole must be exposed more often to centres such as Calgary.

That's not always possible with a network service that tries to please and reflect all Canadians. We had a tantalizing glimpse of Calgary during the Olympics. We know, to our Eastern cost, the Calgary Flames. But the Stanley Cup is but once a year and the Olympics happen here but seldom and that briefly. With the greater focus of "Newsworld" and its activity here, Canadians will see Calgary and the West for several hours, every day of the year, and they will see Canada and the world from a Calgary and western perspective.

A major reason CBC Calgary has been selected as the western base of Newsworld is because of its solid base as a News and Current Affairs centre. The "Calgary Newshour", for example, has for a number of years been the market leader - and today still retains a healthy share of the audience. "Crossfire", a weekly Current Affairs program employs a hot-sent format to explore topical issues of interest to all Albertans.

CBC Calgary has produced a number of innovative Specials: Among them

- "The Flames Rally Special"

Calgary papers singled out CBC for its superb coverage.

- A documentary called "The Bush and Boom" explored pipeline development along the MacKenzie Valley.

It was first telecast throughout Alberta - and a week later,, nationally, on THE JOURNAL.

- CBC Calgary is planning to cover the Flames' training session in the Soviet Union in late summer of this year.

"The Eyeopener", remains No. 1 in the market among adult listeners - and is considered essential listening by Calgary opinion leaders.

I think you'll agree that Calgary is a logical choice for the western base of "Newsworld".

There has been criticism about the pricing of Newsworld and of the French News Network which we hope will start in September 1990.

First, we must remember that when the CRTC licenced Newsworld the Commission expressed a strong regret about the fact that the CBC had not applied for a similar service in French. A great number of Members of

Parliament from the Government and the Opposition side of the House criticized the CBC about this and insisted that the Broadcasting Act required that CBC services be offered in both languages. Then the Minister of Communications wrote to me expressing the concern of Cabinet that Newsworld would not be accompanied by a similar service in French.

The Board of the CBC then asked CBC management to find a solution to this issue.

What we have proposed to the CRTC is that it accept the upper limit of the Newsworld rate scale that we were originally licensed for. This way, the CBC would be able to offer all cable subscribers both language services for the price of one. And this way all subscribers, anywhere in Canada, would have a service in English and a service in French.

May I talk now about the CBC in a broader context - to describe why I think it is so important to Canadians in general and to Calgarians in particular.

I think I can look rather objectively at the CBC and its importance to this country.

When I joined it seven years ago, I had never been part of it before although I'd seen every side of the cultural industries. Now, I'll be leaving it in less than two months and therefore I think I can view it with some distance.

We are very fortunate that a little more than 50 years ago, some of our leaders realized that this country could not develop without such a link, to connect us all together in spite of distances and differences.

These concepts are still repeated in all public speeches about broadcasting and culture but I'm not sure that the decision-makers always see clearly what public broadcasting could really do for our country if it were fully utilized.

I can't believe for instance that the recent budget cuts would be made if there were a complete understanding of the role of the CBC, of the present situation of the Corporation, and of the real potential impact of these cuts.

On the surface the cuts perhaps appear to be benign. Twenty million in 1990 or about 2% of the CBC's overall expenditure. Then a further \$10 million on top of that each year until by 1994 the base has been reduced by \$50 million or about 4 % of total operating expenditures in that year.

The problem is twofold. First, the cuts come after four years of budget restriction and second, they are only a part of the story. The CBC must also face a financial regime which provides no inflation on the goods and services it buys.

If the cost of electricity to run our transmitters goes up by 5% next year, we have to find the money somewhere else or simply turn off our transmitter for 5% of the day. The same thing goes for the programs we buy from independent producers or for film stock or lumber for making sets. It is a problem that has been with us now for five years and there is no relief in sight. By 1994, it means our purchasing power will be reduced by a further \$40 million per year or so on top of the cuts.

There is a government wide program reducing our staff expenditures by 1% a year until 1991. Then there are the new taxes -- the telecommunications tax at about six and a half million each year. The new minimum corporation taxes announced in the budget, and so on and so on.

Some of the increases of course will be offset by the government giving us increases for staff wage settlements and we can expect revenues to grow over the years. However, as more than 70% of our funding comes from government, even the most aggressive campaign to

increase commercial revenues could not be expected to solve our problems.

Our best estimates are, that taken altogether, these factors mean that we face a shortfall ranging from \$40 million next year and between \$80 and \$100 million in yearly purchasing power by 1993-94.

Some people would like the CBC to achieve all these cuts without anyone noticing. That would be like asking the Department of Defence to maintain the military bases and to buy the nuclear submarines and find the money required to do this by eliminating a few generals.

You simply can't trim away that kind of money.

To come to grips with the situation, we have put in place a thorough exercise to look at all the options -- and I do mean all of the options.

With this amount of money to be found, the Board of Directors, at the end of this exercise, will have to make painful choices. No area of the Corporation will escape scrutiny.

Certainly, at the top of the list must be the twin thrusts of improving productivity and of increasing revenues. For our managers and for all of our staff, it's a responsibility and it's a matter of pride to make

every effort to reduce -- wherever possible -- those costs that can be reduced without affecting programs and services. Such efforts have been going on for five or six years now. How else could the CBC have absorbed the cuts over the last years without increased effectiveness -- including better salesmanship.

Nevertheless, we must now undertake yet another thorough effort to improve our productivity.

However, beyond this obvious route, the choices that the CBC's Board of Directors will have to make, will be extremely difficult. Moreover, they will inevitably, in my view, have to be multiple choices if we have to meet this level of shortfall.

Among them the CBC Board will have to decide: Should they close down stations? Should they eliminate supper-hour programs on regional and metropolitan stations? Should they reduce Canadian content on the television networks? Should they abolish Radio Canada International? Should they reduce the more costly cultural programs or eliminate amateur sports from the schedule? Should they eliminate local programs on radio stations in the afternoon? Should they sell advertising in THE NATIONAL and THE JOURNAL, in LE TÉLÉJOURNAL?

Should they commercialize the radio networks? I repeat that no single measure among these would be sufficient to cover such shortfalls. A combination of measures will be needed.

As I have said in a number of interviews with the press, my firm belief is that the CBC will simply not be the same if the announced reductions take place.

The CBC really shoulders a vast set of responsibilities and the expectations of it from governments, members of Parliament and legislatures, interest groups, and the audience, has grown all the time, but the means to carry out those responsibilities and expectations have not grown in proportion.

Everyone sees only the CBC immediately before it, for instance English Television, and they imagine that's all there is to the CBC and perhaps ask why it costs large amounts of money.

Well, the CBC is infinitely more than meets your eye while watching CBRT, Channel 9 in Calgary or listening to CBC Radio or CBC Stereo.

To provide television from CBRT Calgary, CBC must have stations in Banff, Bellevue, Burmis, Cardston, Coleman, Coutts/Milk River, Cowley, Drumheller, Exshaw, Harvie Heights, Lethbridge, Pincher Creek, Rosemary and Waterton Park.

Or if you were listening to CBC English Radio in Vancouver so are listeners in Alert Bay, Bella Bella, Bella Coola, Campbell River, Chilliwack, Coal Harbour, Gold River, Hagensborg, Harrison Hot Springs, Hope, Ocean Falls, Pemberton, Port Alberni, Port Alice, Port Hardy, Sayward, Squamish, Tahsis, Tofino, Ucluelet, Whistler and Woss Camp.

The CBC is infinitely more complex than what many people think.

Let me tell you just what the CBC really is and what it has to do with the money it receives from Parliament or gains from commercial activities.

The CBC is the only national medium in Canadian public life that is available everywhere, free of charge, including the remotest crannies of Labrador, all the small towns and villages across Canada and in the High Arctic and, moreover, in our two official languages.

Any argument that the services provided by the CBC could be offered free by private enterprise is simply specious, as it would be for the provision of our school and university systems, or our national parks.

Yes, it's true. Private TV stations in large cities make money, loads of money. CFTM-TV in Montreal sold in 1987 for \$134 million. CJOH-TV in Ottawa sold in 1988 for \$85 million. People don't buy stations at that price in order to lose money. I know private broadcasters. I know they're smart. The managers of the CBC could also run very profitable operations in the larger cities of Canada, if CBC didn't have to live up to the obligations that are quite justifiably imposed on it as a public service. If all CBC radio and television licences were up for grabs, I'm sure there would be lots of private takers, again provided Parliament and the CRTC were willing to drastically reduce the public service obligations.

Now we have been talking of only one medium: English television. But what else do we get for the public money that we invest in the CBC besides network English television? We get a lot more than English network television. The CBC isn't only an English TV network like PBS, to which it

is often compared, or the CTV network. It's a whole range of services, all called for in its mandate: radio, television, AM, FM, in English, in French, a Northern service in seven dialects, an international radio service broadcasting in twelve languages, etc. etc. More precisely:

- two television networks, one English, one French;
- four radio networks, two English and two French;
- a Northern Service, in English, French and 7 aboriginal languages or dialects;
- all of these delivered by 18 English and 13 French TV stations, 41 English and 22 French Radio stations across the land, and over 6 different time zones via a complex system of 1500 transmitters and satellites and microwaves links;
- Radio Canada International talking to the rest of the world in 12 languages about Canada;
- the debates of the House of Commons, in English and in French;
- CBC Enterprises, which sells programs and distributes CBC programs to the schools and universities of Canada through the provincial departments of education;
- shortly, an all-news service, "Newsworld," and, we hope, its French equivalent;

- eventually, we also hope, the "Northstar" service, beaming the best of Canadian programming to American viewers, via satellite to U.S. cable systems - to help reverse the cultural flow.

28% of CBC income comes from its business activities and represents commercial revenue. However, as mentioned before, the public service nature of CBC broadcasting cannot be maintained without the rest coming from public sources.

On the other hand, these services have a great financial impact on the Canadian cultural community and on what has become a very important business called the cultural industries because they transfer \$130 million of their budget to Canadian freelance performers, musicians, singers and writers, and another \$100 million in rights and royalties. And from 1983 to 1988, the CBC also injected over \$105 million into Telefilm projects, thus sparking off in excess of \$300 million in TV productions or co-productions with film and program producers and private companies.

But, all of CBC services cost each Canadian about \$33 per year, or less than 10 cents a day. So, when you, in

turn, divide the 10 cents up, English TV costs about 3 cents a day, French TV, 2 cents, English radio, 1 cent, and French radio, about half a cent!

People can object that this is 10 cents for every Canadian including children and older people. True, but children and old people do watch television.

I ask you, when did you last try to buy something, anything for 10 cents or less a day? Even a newspaper costs five times that amount. What do you get for the annual cost of the CBC - for \$33? It won't give you three month's worth of newspaper subscription or a subscription to the average monthly magazine. In some cities, basic cable plus pay TV will cost you that amount in a month. Or, put it this way - you can spend 10 cents for an evening's worth of CBC TV, or \$5 to rent a couple of videos, or \$15 to treat a friend to a movie and popcorn.

In recent years, we have become much leaner. We have reduced the total number of positions in the CBC by more than 10%. In the course of doing this, we have laid off 450 people, almost as many people as has the entire Government of Canada. To compare with the CBC, the Government would have had to lay off about 8,764. The cuts we have had to absorb have resulted in an unfortunate impact on some of our programming, but I think we have reduced this impact to a minimum.

The criticism that the CBC is top-heavy with brass, administration and bureaucracy, is quite simply a bum rap. Over 85% of what the CBC spends goes directly into making or buying programs, or into distributing them to your homes, and less than 5% goes into corporate management.

The CBC is also efficient in generating commercial revenue. In fact, since 1982, advertising and other commercial income jumped from 18% of total CBC budget to over 28% last year. The CBC accounts for 25% of the Canadian TV advertising market, with gross revenue of over \$295 million last year.

The purchase of advertising on the CBC is another expression of confidence in the CBC, this time by business and industry - confidence in the CBC programs and in the fact that they are appreciated by Canadians.

Another clear indicator of performance, quite apart from ratings or commercial results, is the extent to which CBC management achieves its own goals and priorities.

Let me give you an example. When I came to the CBC in 1982, we pledged we'd increase Canadian content on English television to 80% within 5 years.

We felt that duplicating the type of U.S. programming that is available on private stations is not a good use of public funds. Well, we did achieve our goal, and vastly increased commercial sales at the same time, despite budget cuts, audience fragmentation and the continued appeal of U.S. shows.

I think we can conclude that the CBC is a good business for Canada and a good use of public funds.

If I have one wish on leaving this job, it is that the CBC be judged, not on the basis of myths from the past, not by ideology, not by prejudice, but quite simply on the basis of its product and its performance. That way, I think we would come out just fine.

One of our magazine pundits on the Canadian ethos once described us as the only nation that, regularly, in search of the question "do we have a Canadian culture," or "is there such a thing as a Canadian," periodically pulled ourselves up by the roots just to see whether we really had any.

Well, we seem to do that sort of thing with our institutions too, and I don't think there is any other aspect of Canada that has been as closely and as constantly re-examined as the CBC. And, you know, all of the inquiry commissions into broadcasting have reached very similar conclusions and recommendations with respect to the CBC. They've all agreed it is our broadcast and even cultural centrepiece and that public broadcasting must be adequately nurtured.

We've been trying for so long now to solve this basic contradiction between our official rhetoric and budget constraints!

In a few months, this will no longer be part of my responsibility. So I can say with some independence of mind that we have reached a point where the gap will have to be breached between expectations and appropriations, between money and mandate. Unfortunately it may be some extremely valuable services that will disappear as a result.

I explained the CBC predicament about a week ago before a Parliamentary Committee, and, as I have told many inquiry committees, the fundamental issue is not to find out what the 'CBC problem' is, and what we can do about it.

The fundamental question is whether we, as a country, through our Parliamentarians, through our governments, actually want to do the things that we talk so much about. There is no magic solution. No new inquiry will come up with a miracle answer to a so-called 'CBC problem.' Indeed, as I just said, all of the previous inquiries came up with the same answers and conclusions as to what is required of and for the CBC. We intend to continue using what we get with constantly increasing efficiency. But, it is unfair to pretend that CBC can be cut some more, without any visible negative effects. Therefore the question that must now be faced, is - do we actually want to reduce CBC services?

I am not an economist. I am not called upon to advise on how to deal with the deficit. I acknowledge the deficit is an extremely difficult and important matter. However, I am expected, as a trustee, to know the CBC and to express an opinion on CBC affairs. It would be dishonourable not to do so. We are talking of services that are by now a Canadian heritage.

I can only conclude, as I prepare to leave the CBC, that it is a remarkable reservoir of talent, goodwill and dedication - dedication to this country and to its various parts. It is doing a remarkable job for this country at the moment, and it has the ability and the collective desire to do even better, if only it is given the means. To paraphrase that illustrious statesman: just give it the tools and then watch... or listen!

-30-

Attached: List of CBC stations in Western provinces.



3 1761 11550671 9